

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA DE COMUNICACIÓN



**ANÁLISIS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL Y LOS MENSAJES
SOCIALES EN LOS VIDEOCLIPS “TRICICLO PERÚ” DE LOS
MOJARRAS Y “MÁS PODER” DE LA SARITA**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

HILMER ALEXIS CUBA SALDARRIAGA

ASESOR

Fernando Mauricio Burstein Balmaceda

<https://orcid.org/0000-0002-8169-4627>

Chiclayo, 2020

**ANÁLISIS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL Y LOS
MENSAJES SOCIALES EN LOS VIDEOCLIPS “TRICICLO
PERÚ” DE LOS MOJARRAS Y “MÁS PODER” DE LA
SARITA**

PRESENTADA POR:

HILMER ALEXIS CUBA SALDARRIAGA

A la Facultad de Humanidades de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

APROBADA POR:

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto
PRESIDENTE

Milton Francisco Calopiña Avalo
SECRETARIO

Fernando Mauricio Burstein Balmaceda
ASESOR

DEDICATORIA

A mis padres y abuelos, por todo el apoyo incondicional brindado durante mi carrera y a mis amigos de toda la vida.

AGRADECIMIENTO

A Manuel Eyzaguirre, Camilo Campos y Mauricio Burstein, por guiarme en este proceso de investigación. Y al rock por acompañarme en todo el procedimiento de esta investigación.

ÍNDICE

| | |
|---|-------------|
| DEDICATORIA..... | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| RESUMEN..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| PRESENTACIÓN..... | 9 |
| CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN..... | 10 |
| 1.1. Problematicación..... | 10 |
| 1.2. Formulación del problema | 12 |
| 1.3. Justificación e importancia..... | 12 |
| 1.4. Limitaciones de la investigación | 12 |
| 1.5. Objetivos | 13 |
| Objetivo General | 13 |
| Objetivos Específicos..... | 13 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO..... | 14 |
| 2.1 Antecedentes de Estudios..... | 14 |
| 2.2. Fundamentos teóricos..... | 19 |
| El lenguaje audiovisual | 19 |
| 1. Escena..... | 19 |
| 2. Planos y ángulos..... | 19 |
| 3. Movimientos de cámara | 20 |
| 4. Iluminación y color | 21 |
| 5. Montaje y tiempo fílmico | 22 |
| 5.1. Montaje rítmico | 23 |
| 5.2. Montaje ideológico | 23 |
| 5.3. Montaje métrico..... | 23 |
| 5.4. Montaje tonal..... | 23 |
| 5.5. Montaje armónico..... | 23 |
| El guion..... | 24 |
| 1. Definición..... | 24 |
| 2. Estructura del guion | 24 |
| 2.1. Inicio..... | 24 |
| 2.2. Conflicto | 25 |
| 2.3. Desenlace..... | 25 |
| 2.4. Plot..... | 25 |
| 3. Elementos del guion | 25 |
| 3.1. Story line | 25 |
| 3.2. Story board | 26 |
| 3.3. Argumento | 26 |
| 3.4. Escaleta..... | 26 |
| 3.5. Sinopsis narrativa | 26 |
| 3.6. Guion técnico..... | 26 |
| 3.7. Guion literario | 27 |

| | |
|---|------------|
| 4. Códigos gráficos..... | 27 |
| El videoclip | 27 |
| 1. Antecedentes | 27 |
| 2. Reseña histórica..... | 28 |
| 2.1. Primeros videoclips | 28 |
| 2.2. Realizadores icónicos del videoclip | 29 |
| 3. El videoclip contemporáneo de los noventa a la actualidad | 29 |
| 3.1. Videoclips en cadenas televisivas..... | 30 |
| 3.2. Videoclips en internet..... | 30 |
| 4. Tendencia del videoclip actual | 31 |
| 5. Videoclips en Latinoamérica..... | 33 |
| 6. Videoclips en el Perú..... | 33 |
| El rock como género musical..... | 34 |
| 1. Antecedentes | 34 |
| 2. Género y estilo | 35 |
| 3. Aparición del rock peruano y sus fusiones..... | 36 |
| 3.1. Rock subterráneo | 37 |
| 3.2. Rock fusión..... | 38 |
| 4. Mensajes sociales en el rock | 38 |
| 2.3. Bases teóricas | 40 |
| 2.3.1. Teoría de la comunicación audiovisual..... | 40 |
| 2.3.2. La secuencia narrativa en el videoclip | 40 |
| 2.3.3. El simbolismo interaccionista de Jenkins | 40 |
| 2.3.4. Teoría de las mediaciones sociales | 40 |
| CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO | 42 |
| 3.1. Tipo de investigación | 42 |
| 3.2. Abordaje metodológico | 42 |
| 3.3. Escenario de la investigación | 42 |
| 3.4. Sujetos participantes..... | 42 |
| 3.5. Técnicas de recolección de datos | 43 |
| 3.6. Instrumentos de recolección de datos | 43 |
| 3.7. Procedimientos para la recolección de datos..... | 44 |
| 3.8. Principios éticos | 45 |
| CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS | 46 |
| 4.1. Análisis de los resultados | 46 |
| 4.2. Discusión de los resultados | 161 |
| CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 164 |
| 5.1. Conclusiones | 164 |
| 5.2. Recomendaciones..... | 164 |
| REFERENCIAS | 165 |

RESUMEN

El videoclip es para muchos una expresión audiovisual creada a partir de canciones. Este modo de expresión es utilizado en todo el mundo hasta el día de hoy. Muchos artistas utilizan el video musical como herramienta de marketing, sin embargo, otros lo emplean como símbolo de expresión. Esta investigación se planteó como objetivo general analizar el lenguaje audiovisual y los mensajes sociales en los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita. Como objetivos específicos se buscó identificar los elementos del lenguaje audiovisual y describir los mensajes sociales de cada video musical. La elaboración de este proyecto tuvo como instrumento la plantilla analítica. Además, consideró un enfoque cualitativo y modelo hermenéutico. Como resultado de la investigación se llegó a la conclusión que los tipos de edición que predominan en “Triciclo Perú” es el montaje ideológico. Por otro lado, la luz artificial sobresale en el video musical de “Más poder”. Por último, el propósito de ambos videos musicales es aportar diversos mensajes sociales centrándose en los problemas que pasa el país.

Palabras clave: Videoclip, lenguaje audiovisual, mensajes sociales.

ABSTRACT

The videoclip is for many people an audiovisual expression created from songs. This way of expression has been used for all over the world until today. Many artists use it as a marketing tool; however, others employ it as a symbol of expression. This research's main objective was to analyze the audiovisual language and the social messages in videoclips "Triciclo Perú" by Los Mojarras and "Más poder" by La Sarita. Specific objectives were to identify the elements of the audiovisual language and to describe social messages. The elaboration of this project has the analytical template as a tool. In addition, it was considered a qualitative approach and hermeneutical model. As result of the investigation concluded that the types of editing that dominate "Triciclo Perú" is the ideological assembly. On the other hand, the artificial light of the fastening in the music video for "Más poder". Finally, the purpose of both music videos is to provide various social messages focusing on the country's problems.

Keywords: Videoclip, audiovisual language, social messages.

PRESENTACIÓN

El uso del videoclip ha ido evolucionando a través de los años. Los primeros videoclips fueron usados en programas de televisión, su fin era captar a las bandas mientras tocaban en vivo. Con el paso del tiempo, se ha ido incorporando nuevas propuestas, algunas de ellas con el fin de informar a la población de hechos que pasaban en el mundo. Es así como el aumento de videoclips se fue popularizando y pasó de usarse en segmentos televisivos a tener espacios propios, como los canales de música y terminando hasta el día de hoy, en plataformas digitales como YouTube.

Cuando se inició esta investigación se tuvo en cuenta los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita. Tomé en cuenta a estos videoclips por el uso del lenguaje audiovisual, muy impactante para la época y los mensajes transmitidos a la sociedad peruana.

En el primer capítulo de esta investigación comprende el problema, el cual tendrá como puntos la problematización, formulación, justificación e importancia del problema; así como la limitación de la investigación y los objetivos generales y específicos.

En el segundo capítulo se enfocó en el marco teórico. Los puntos en cuenta fueron los antecedentes de estudios relacionados a la investigación y los fundamentos teóricos en los que predomina el lenguaje audiovisual, el guion, el videoclip y el rock como género musical.

En el tercer capítulo se planteó el marco metodológico: el tipo de investigación, el abordaje metodológico, escenarios, sujetos, técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos, al igual que los principios éticos.

Por último, en el cuarto capítulo se analizará e interpretará los resultados teniendo un análisis y una discusión. Un punto resaltante de este capítulo fue la plantilla analítica “El método crítico-estilístico como estrategia de análisis del video musical Hello again (The Cars)” por Aguaded y Rodríguez.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Problematicación

Para Cornejo (2017), el lenguaje audiovisual es un conjunto de signos. “Estos pueden generar composiciones para los distintos ámbitos audiovisuales ya sea sonora o visual”. Es decir, el lenguaje audiovisual es un conjunto de imágenes y sonidos que combina el autor en su obra, el cual, debe ser claro para el público.

Bestard (2011), señala que el lenguaje audiovisual posee características distintas que dan origen a otros lenguajes más específicos como, el cine y la televisión.

“Pese a que la televisión puede estar conectada sin que se interrumpan las condiciones de nuestra vida cotidiana, luces encendidas, periódico, teléfono, cena, lavado, mando a distancia, etc., el mensaje debe ser más rápido que el cine”. (Bestard, 2011, p.19).

La televisión ha tenido grandes cambios, una de ellas, la difusión del videoclip o video musical. Para Illescas (2016), se trata del formato audiovisual más consumido por la juventud global. En la actualidad ha servido como propaganda política. En más del 20% de los videos aparecen banderas de Estados Unidos y de Inglaterra, el cual el dirigente utiliza para convencer a la clase productora de vivir en el mejor de los mundos posibles mientras se ahogan en el pago de las facturas y la hipoteca.

Según Kniffki y Reutlinger (2016), afirma que “la presencia de los medios audiovisuales como el cine, la televisión y los videos musicales se han visto impactados por transformaciones políticas y culturales”.

El blog Infoactivismo (2016), destaca que autores como Lennon y Marley dieron voz y eco a demandas cívicas que siguen vigentes, bandas como los Sex Pistols o Rage Against the Machine marcaron la actitud activista de su generación. Por otro lado, Calle 13 y Natalia Lafourcade han acercado a sus públicos a las luchas sociales. Además, recientes compositoras latinoamericanas como Ana Tijoux o Rebeca Lane buscan generar narrativas feministas.

Gómez (2013), explica que la música desde hace muchos años ha servido como vehículo para llegar a los oídos de la población. *Imagine* de John Lennon o *Born in the USA* de Bruce Springsteen fueron grandes himnos en contra de las atrocidades de la guerra y de una juventud que alzo la voz contra un gobierno que se negaba a escuchar.

En España, según la radio Europa FM (2018), los videoclips más visto del año 2017 son los del habla inglesa. Estos videoclips han proporcionado grandes visualizaciones

en el portal de YouTube. Por otro lado, Llanos (2018), menciona que el género K-pop ha logrado un fenómeno cultural que se ha convertido en todo un activo económico para Corea del Sur y en una importante arma diplomática.

El portal Rock n vox (2018), mencionó que la banda estadounidense A Perfect Circle en su sencillo *The Doomed* contenía letras criticando la desigualdad social y el conservadurismo.

Por otra parte, el medio ambiente ha tomado mucha importancia en la sociedad. Se puede apreciar la canción de Michael Jackson, *Earth Song* se encamina en el medio ambiente y la tranquilidad de los animales. Como explica Expok (2014), “la canción fue un hit en su momento, y su video es famoso por su impecable producción, que cuenta la historia de la destrucción y la regeneración de la Tierra”.

Las temáticas sociales no solo aplican a temas de medio ambiente, esclavitud, desigualdad social, también adapta a temas actuales como bullying, abuso infantil, discriminación racial, derechos LGBT, violencia intrafamiliar, pobreza y desigualdad. La banda de *punk* estadounidense Rise Against en su canción *Make It Stop (September's Children)* enfatiza los problemas que el bullying hace a los estudiantes y como salir de ellos (Gómez, 2013).

No solo Estados Unidos y Europa han realizado videos musicales con temática social, en Colombia, la artista de pop, Shakira compuso la canción “Pies descalzos, sueños blancos”, como menciona el portal, Cabeza de gato (2016), es una clase de historia de la humanidad, desde la creación “tú mordiste la manzana y renunciaste al paraíso”, hasta nuestros días de “un mundo exacto de acabados tan perfectos”. La colombiana describe la evolución de la humanidad, destacando errores y aciertos, al tiempo que cuestiona los prejuicios sociales según los cuales se han construido el mundo.

En Argentina, el grupo porteño Viejas Locas en el video musical “Homero” explica sobre la marginalidad, y la rutina de una persona de escasos recursos en la capital argentina.

A nivel nacional, las bandas más influyentes con contenido social se encuentran en Lima. Agrupaciones como Leusemia, Narcosis, Los Mojarras, La Sarita, siendo estas dos últimas que cuentan con video musical propio. Sin embargo, no se han analizado a profundidad como en otros casos.

A nivel local, hay pocas bandas que han tocado problemas sociales, una de ellas es el grupo de *rock and blues*, Smokin’, sin embargo, la agrupación no cuenta con videoclip propio.

Por lo tanto, la investigación a realizar pretende analizar el lenguaje audiovisual y los mensajes sociales en los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita, los cuales reflejan una época donde hubo muchos cambios en el Perú.

1.2. Formulación del Problema

¿Cómo es el lenguaje audiovisual y los mensajes sociales en los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita?

1.3. Justificación e importancia

Esta investigación es útil porque pretende servir como análisis para que comunicadores o personas que se especializan en videos musicales conozcan las técnicas del lenguaje audiovisual que se han empleado en ambos videoclips que marcaron una etapa en la década de los noventa en el Perú.

Tiene relevancia social, porque, utilizando el lenguaje audiovisual de ambos videoclips, se conocerá los mensajes sociales de ambas agrupaciones que tienen como objetivo transmitir el mensaje a la sociedad peruana.

Es práctico, porque el lenguaje audiovisual tiene mucha acogida en estas épocas donde las redes sociales juegan un papel importante y las personas cada vez tienen menos tiempo. Además, te permite sintetizar conceptos clave y genera que la información cale en este tipo de audiencia.

El valor académico responde a que las investigaciones acerca del lenguaje audiovisual y los mensajes sociales en videoclips tienen pocos antecedentes en el contexto nacional y local. Por lo tanto, esta investigación guarda importancia académica porque podrá ser utilizada como ejemplo de futuras investigaciones dedicadas al audiovisual.

1.4. Limitaciones de la investigación

Este análisis tuvo como dificultad principal la falta de información especializada en videoclips. Tanto en la ciudad, como en el país no hay mucha investigación sobre los videos musicales. Sin embargo, esta limitación fue superada por libros y artículos especializados adquiridos en internet.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

- Analizar el lenguaje audiovisual y los mensajes sociales en los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita.

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar los elementos del lenguaje audiovisual en los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita.
- Describir los mensajes sociales en los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de Estudios

Caro (2014), en la tesis “Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era YouTube (1981-2011)”, tuvo como objetivos; recopilar distintas visiones sobre la narrativa en el video musical. Revisar la presencia histórica de elementos narrativos en el videoclip. Y estudiar los factores externos al discurso del videoclip que pueden influir en la introducción de elementos narrativos dentro de un video musical.

Esta tesis usó la metodología cuantitativa. Se tuvo como escenario el canal MTV y la plataforma de YouTube. En este caso, no se empleó participantes y se utilizó el análisis como instrumento.

La investigación concluyó que muchos de los autores que han estudiado este formato se han encargado de realizar una categorización del videoclip, dividiéndolo en diversos tipos según sus características. Además, los videoclips escogidos han permitido comprender mejor su funcionamiento que representa la música en el video musical. Finalmente, el análisis realizado ha permitido comprender cómo funcionan las secuencias descriptiva y narrativa en los videos musicales, sin embargo, existen casos en los que la secuencia narrativa aparece sola.

Casado (2016), en “Evolución de la simbología utilizada en la comunicación publicitaria del Hard Rock al Metal y su relación con el entorno social”, se planteó una serie de objetivos, tanto teóricos como prácticos. Su objetivo teórico fue tener un acercamiento más adecuado para analizar el objeto de estudio. Por otro lado, el objetivo práctico correspondió con el análisis realizado en la investigación a través del trabajo de campo, y del análisis semiótico de las imágenes de las portadas de los discos de Iron Maiden.

Se utilizó la metodología cualitativa. El instrumento utilizado fue la entrevista a expertos. Su escenario fue los conciertos de metal en España. Los participantes fueron el público en los conciertos de metal.

La investigación concluyó dando a conocer que las imágenes observadas, se relacionan mediante textos simples, con un personaje principal que es el que centra la atención del receptor. Además, la lectura de estas portadas pone de manifiesto que el grupo Iron Maiden ha seguido una línea evolutiva en las presenta una secuencia en las argumentaciones e innovaciones en varias de sus portadas. Por otro lado, concluyó

que, en los discos en vivo, singles o recopilatorios, se utiliza como comunicación la imagen de los músicos sobre el escenario.

Collazo (2014), en “La publicidad audiovisual en la industria del disco: Una mirada al consumo simbólico del videoclip por los jóvenes puertorriqueños”, tuvo como objetivos investigar por qué los jóvenes puertorriqueños consumen videoclips para explicar cómo el videoclip (como actor social) influye en su decisión con respecto a la elección en el consumo de medios. Investigar cuáles son los referentes televisivos que los jóvenes puertorriqueños consumen y su función en el discurso translingüístico o que ellos generan para explicar el consumo que los jóvenes puertorriqueños hacen del videoclip. Indagar cuáles son los referentes publicitarios que los jóvenes puertorriqueños consumen e interpretan del videoclip para explicar el consumo de publicidad audiovisual por parte del segmento juvenil en Puerto Rico.

Esta tesis usó la metodología cuantitativa. Se tuvo como escenario publicidad audiovisual en la industria del disco. Los participantes fueron un grupo de jóvenes puertorriqueños. Como instrumento se utilizó entrevistas a grupos de jóvenes puertorriqueños.

La investigación concluyó que la razón principal que lleva al joven puertorriqueño a ver videoclips es su interés por la música. El joven se acerca al videoclip porque prefiere consumir música a través de una pantalla, en vez de una radio. El joven puertorriqueño es libre de escoger los videoclips. Esto hace que los consuma en su totalidad o parcialmente. Finalmente, el video musical permite adoptar códigos sociales y promulgan un estilo de vida.

Illescas (2014), en “Industrias culturales y juventud en el sistema-mundo. El videoclip *mainstream* como mercancía y como reproductor de ideología”, tuvo como objetivo general comprobar las industrias culturales y juventud en el sistema-mundo en el videoclip *mainstream* como mercancía y como reproductor de ideología. Asimismo, comprender la producción del videoclip *mainstream*, desde su financiamiento hasta el momento de su distribución. Además, desarrollar un lenguaje estandarizado universal mediante el videoclip *mainstream*. Indicar el aumento de diferencias entre ricos y pobres en las bases económicas como en los videoclips.

Esta investigación tuvo un tipo de investigación mixta, era cualitativa porque ocupaban diversos campos de conocimientos, como economía, política, comunicación, historia, sociología, psicología, etc. Y cuantitativa porque suministró datos que enriqueció a la investigación. El escenario fue los videoclips *mainstreams*.

Sus participantes fueron los grupos de jóvenes. Y el instrumento que empleó el investigador fue la entrevista a expertos en el campo del videoclip y entrevista a los jóvenes.

La tesis concluyó que el videoclip *mainstream* se ha transformado en un negocio cultural rentable para el capitalismo desde dos perspectivas diferentes: una económica y otra política. Además, la música siempre ha acompañado al ser humano en su devenir histórico, sin embargo, desde los años ochenta. El videoclip se ha popularizado como dispositivo de presentación de la música producida para el consumo de masas. Finalmente, el video musical produjo una gran transformación en la industria discográfica.

Pedrosa (2015), en la tesis “La estética y narrativa del vídeo musical como representante del discurso audiovisual hipermoderno”, tuvo como objetivos aglutinar una terminología que permita hablar con propiedad sobre el videoclip, determinando de esta forma su naturaleza y consecuente importancia dentro del mundo audiovisual. Desarrollar un modelo de análisis de video musical ampliable a otros formatos afines. Y poner en valor elementos analíticos poco atendidos en el análisis de la imagen como son las nuevas herramientas de postproducción digital y la música como elemento fundamental de la sintáctica del videoclip.

Esta tesis usó la metodología cualitativa. Se tuvo como escenario los videoclips. Los participantes fueron los expertos. Utilizó las líneas de tiempo de un videoclip como instrumento.

La investigación concluyó que el videoclip actualmente es una referencia audiovisual hipermoderna para los creadores audiovisuales. El surgimiento del videoclip se da gracias a las aportaciones del medio televisivo. Finalmente, la aparición de nuevos formatos video musicales en la red ha provocado la aparición de un nuevo videoclip como el videoclip 2.0 o postvideoclip.

Pesantes (2014), en “Videoclip e industrias culturales: Una mirada a las apropiaciones de contenidos en la cultura *mainstream* en el siglo XXI”, analizó el ejercicio de apropiación y reedición de contenidos digitales en red. Por otro lado, se estudió la evolución de los videos musicales y la relación del *fan video* relacionado de lo tecnológico a lo cultural.

Se utilizó la metodología cualitativa. Los instrumentos utilizados fueron el análisis de los videoclips seleccionados. Su escenario fueron los videoclips escogidos. En este caso, no se empleó participantes.

La investigación concluyó que desde la aparición de los videos musicales ha habido cambios en la Industria Cultural debido a la lógica y comercialización. Además, el videoclip hace que el usuario interactúe con el medio a través de la pantalla. Finalmente, el videoclip es un instrumento más para las masas, las cuales se encuentran en búsqueda de espectacularidad o en búsqueda de un recuerdo artístico. Torres (2016), en “La música como un medio alternativo de comunicación ligado a la revolución y la reconfiguración social”, tuvo como objetivo demostrar que la música, además, de ser vista y analizada como un medio alternativo de comunicación también actúa como un complejo proceso comunicativo por medio del cual puede ser posible la transmisión de otro tipo de mensajes en busca de la reconfiguración social de cualquier sociedad. Comprobar que la música de protesta, a través de las letras de sus canciones, difunde mensajes trascendentales dentro de una población para generar una reconfiguración social. Analizar cómo la música ya no solo asume el rol de una expresión artística, sino que también, con el paso de los años, se ha convertido en un importante medio alternativo de comunicación capaz de informar sobre hechos y acontecimientos de relevancia. Desempeñar como un exponente sólido de comunicación capaz de generar una verdadera reconfiguración social.

La investigación fue de carácter cualitativo. Para desarrollar la investigación se tuvo como escenario y participantes las revistas La Mano, Rock and pop, La Mosca, Rolling Stone versión Latinoamérica, Music Megastore y Rock en las Américas. Sus participantes fueron las publicaciones de las revistas La Mano, Rock and pop, La Mosca, Rolling Stone versión Latinoamérica, Music Megastore y Rock en las Américas. El instrumento utilizado fue la entrevista.

Tras este análisis cualitativo se concluyó que se considera a la música como un medio alternativo de comunicación que produce mensajes a través de letras y de interacciones del emisor y receptor. Por otro lado, la música más allá de ser una expresión cultural, artista y entretenimiento para las personas es mostrada en medios tradicionales de comunicación. Finalmente, se verificó que las canciones son ligadas a grupos sociales y acontecimientos que pasan en el mundo debido a los lugares donde son desarrollados.

Cornejo (2017), en “Análisis del lenguaje audiovisual en el spot publicitario “Rifa” Promovido por el Movimiento de Educación Popular Integral y Promoción social Fe y Alegría. Lima. Emitido en el año 2016”, analizó el lenguaje audiovisual en el spot publicitario “Rifa” Promovido por el Movimiento de Educación Popular Integral y

Promoción social Fe y Alegría. Lima. Emitido en el año 2016. Además, se observó cómo se presenta la imagen en el spot publicitario “Rifa” Promovido por el Movimiento de Educación Popular Integral y Promoción social Fe y Alegría. Lima. Emitido en el año 2016. Por otro lado, se estudió cómo se presenta el sonido en el spot publicitario “Rifa” Promovido por el Movimiento de Educación Popular Integral y Promoción social Fe y Alegría. Lima. Emitido en el año 2016.

Se utilizó la metodología cualitativa. Los instrumentos utilizados fueron la ficha de observación. Su escenario fue en la ciudad de Lima y sus participantes fueron la entrevista a expertos.

La investigación concluyó que los elementos del lenguaje audiovisual sirvieron al spot de una manera positiva brindando un mensaje de concientización a las personas para apoyar en la educación mediante rifas. Además, mencionó que gracias a la semiótica se logró a descomponer elementos visuales. Finalmente, la dimensión sonora fue un elemento clave para darle soporte a la producción visual.

Cosmópolis & Falen (2013), en la tesis “Análisis cinematográfico y temático del largometraje peruano de corte social La teta asustada dirigida por Claudia Llosa en el año 2008”, tuvo como objetivos analizar cinematográfica y temáticamente el largometraje peruano de corte social La teta asustada dirigida por Claudia Llosa en el año 2008. Obtener información pertinente sobre trabajos realizados al respecto y material bibliográfico e investigativo sobre el tema. Definir claramente los principales criterios de análisis y evaluación para el film. Y recopilar, observar y analizar el largometraje peruano de corte social La teta asustada dirigida por Claudia Llosa en el año 2008.

Esta tesis usó la metodología cualitativa y descriptiva. Se tuvo como escenario el largometraje La teta asustada. Los participantes fueron los especialistas. Como instrumento se utilizó entrevistas a expertos en la materia.

La investigación concluyó que es una película que aborda de una manera distinta el fenómeno del terrorismo que azotó al Perú. El lenguaje cinematográfico empleado en la película se destaca por el contenido semiótico, imágenes cargadas de significado para remitir al espectador las emociones. Los planos, ángulos, color, iluminación, sonido y montaje guían al espectador acerca de los conflictos que tiene la protagonista. Las localidades usadas se convirtieron en espacios dramáticos en función a los personajes y emociones.

2.2. Fundamentos teóricos

El lenguaje audiovisual

1. Escena

Crusellas (2017), menciona que la escena está marcada por un mismo espacio y tiempo. “Cuando en la pantalla se modifica es que se trata de una escena diferente. El cual, puede durar minutos y hay que saber que está formada por diferentes planos”.

2. Planos y ángulos

Bestard (2011), señala que el plano es una unidad narrativa audiovisual y que en conjunto manifiesta una idea preciosa a un discurso determinado.

Para Renés, Sedeño y Berlanga (2016), indicaron que los planos hacen referencia a la realidad, por la cercanía de la cámara.

Monner, Inés y Amalia (2012), en su artículo El lenguaje audiovisual en la investigación social y la comunicación pública del conocimiento afirmaba que:

Los planos más frecuentes son: plano general el o los personajes aparecen de cuerpo entero y rodeados por el entorno. Este plano sirve para describir las acciones de los personajes y el espacio, plano entero muestra completo al personaje y es usado para enfatizar, plano americano denominado $\frac{3}{4}$, el personaje es cortado a la altura de la rodilla. Adecuado para captar conversaciones entre varios personajes, además, de comunicar la vestimenta del personaje, plano medio presenta al sujeto por encima de la cintura. Ideal para conversaciones entre dos personas permitiendo ver mejor la relación que se da entre ellas. No obstante, Ciriza (2011), asegura que el plano medio es ideal para captar más detalles en la zona superior del cuerpo, el cual centra al modelo y a la ropa. Primer plano encuadra principalmente el rostro y parte de sus hombros. Se recomienda usar este tipo de plano para dar una situación psicológica importante y primerísimo primer plano o gran primer plano muy cerrado en el cual la cámara muestra las expresiones de persona o animal, el cual el espectador pueda captar rápidamente (Monner, Inés y Amalia, 2012, p.34).

Bestard (2011), señala que, de los planos mencionados, existen tres planos más. Gran plano general, plano general corto y plano detalle.

El gran plano general encuadra un amplio escenario, ya sea interior o exterior, donde la persona no es el protagonista. Este plano se utiliza al comienzo de la historia. El plano general corto describe y presenta al personaje como protagonista y el plano detalle encuadra objetos muy significativos en un momento determinado (Bestard, 2011).

Por otro lado, Bestard (2011), explica que el ángulo depende como el objeto está situada a la cámara se obtendrá diversas visiones de ella.

Existen cuatro ángulos fundamentales en la cinematografía. Horizontal, se sitúa el objeto de la cámara a una altura para el encuadre. Picado, se posiciona el objeto en la cámara a una altura formando 45° aproximadamente. Cenital, es un plano picado donde la cámara forma un ángulo de 90° , estos elementos se perciben desde arriba y la visión captada es amplia. Nadir, el objeto de la cámara descende formando un ángulo de 90° . Este ángulo ayuda a que el espectador perciba a los personajes a través de las emociones (Bestard, 2011).

Finalmente, Luna (2010), menciona que el ángulo contrapicado sirve para mostrar al personaje más engrandecido visualmente logrando transmitir una posición dominante con una mayor importancia. Por otra parte, Arjona (2013), resalta que el ángulo aberrante u holandés sirve para mostrar la inestabilidad psicológica del personaje, pérdida de equilibrio o un estado emocional alto.

3. Movimientos de cámara

Según Bestard (2011), el movimiento de cámara permite que la audiencia asimile la acción como lo hace el ojo humano con la realidad.

Owens (2010), destaca seis movimientos de cámara, los cuales son: *zoom*, panorámico, inclinación, arco, *truck*, *dolly* y grúa.

El primer movimiento es *zoom*, este movimiento lo usan los directores para aumentar y alejar la toma. El segundo movimiento es panorámico o paneo, se refiere al movimiento de cámara de izquierda a derecha, esto depende del eje de apoyo. Como tercer movimiento está *tilt* o inclinación, este se refiere al movimiento de arriba (*tilt up*) o abajo (*tilt down*), esto depende del eje de apoyo a la cámara. El cuarto movimiento tenemos el arco. Este movimiento, sigue recorridos curvos y se puede realizar sobre unas vías de *dolly*. Como quinto movimiento encontramos a *truck*, se realiza de izquierda o derecha. Sexto movimiento *dolly*. Se

mueve en diferentes direcciones que va hacia adelante (*dolly in*) o hacia atrás (*dolly out*). Por último, el autor menciona al movimiento de grúa como último movimiento. Este desplazamiento es habitual en retransmisiones deportivas, el cual permite un movimiento continuado desde un primer plano a un plano general alto (Owens, 2010, pp.121-124).

Por otro lado, Bestard (2011), resalta que el *travelling* es un movimiento muy empleado, el cual sirve como soporte dentro del espacio narrativo tridimensional. Este traslado cambia la perspectiva de los objetos modificándose la composición en el encuadre. Este movimiento se puede producir sobre vías o grúas, helicóptero, steadicam o al hombro, el cual sirve como soporte para la cámara.

4. Iluminación y color

La iluminación es uno de los elementos primordiales en la colocación de una cámara.

Arraya, Bima, Borda, Cristobo, Oliva, Servent y Vivas (2010), mencionan que la iluminación no solo permite resaltar el objeto, sino que es posible inventar el espacio, resaltar virtudes, disimular defectos y crear atmósferas.

Por otro lado, Owens (2010), explica que los aspectos creativos de iluminación pueden establecer el tono de la producción. Es decir, mientras más iluminado esté y de la manera correcta, la grabación será de la mejor manera.

La Universidad Don Bosco (2014), resalta que las fuentes de luz se dividen en dos categorías: Naturales, provienen de la luz solar o del calor del fuego, son más asequibles y por otro lado se encuentran las artificiales, emitidas por lámparas, bulbos, focos, fresnels y reflectores, el cual requiere más producción. Para Holshevnikof (2016), la calidad de la luz puede caracterizarse en “dura” o “suave”. Si un borde de sombra está bien definido, se considera como luz dura. El sol crea este tipo de luz, sin embargo, si el margen de sombra es más suave y menos definido se considera luz suave. Esto puede crearse con una fuente de luz más difusa y de mayor tamaño como una Lightbank.

Holshevnikof (2016), menciona cuatro fuentes primarias. Las cuales son: Luz principal, fuente primordial de iluminación, establece la calidad de luz, ya sea dura o suave, para la toma o escena. Luz de relleno, fuente de luz diseñada para

completar las áreas de sombras creadas por la fuente de luz principal. Luz de separación o luz de cabello, separa visualmente al sujeto o sujetos del fondo. Luz de fondo ayuda a agregar textura, color a los sujetos desde el fondo.

Costales (2010), resalta que el uso del color en los diferentes medios audiovisuales facilita que el espectador adecue lo que está viendo a la realidad, además, de proporcionar una mayor libertad.

Según García (2016), los colores de los objetos son clasificados y se analizan según sea el uso que les dé el director de fotografía o el diseñador de producción. Estos colores aportan información al espectador.

Costales (2010), explica que el manejo del color permite combinar conceptos a los cineastas, además, de resaltar elementos icónicos en sus producciones.

Estos colores se pueden utilizar a nivel pictórico, rememora o copia la atmósfera, colores, luz o composición de un cuadro o fotografía en el *frame*; histórico, dicha acción se sitúa según a la época; simbólico, construye un nexo entre las emociones y los colores asociados a ciertos estados; y psicológico, cada color produce una emoción distinta hacia un tipo de actividad determinado (García, 2016).

Finalmente, Costales (2010), menciona que en los medios digitales el color tiene mayor variedad, su uso es más extenso dado que se puede crear situaciones de gran complejidad.

5. Montaje y tiempo fílmico

Para Sangro (2011), el concepto de montaje ha sido objeto de estudio llegando a crear una teoría a partir de los realizadores rusos del siglo XX. Como Sergei M. Eisenstein, Vladimir Pudovkin, Lev Kulechov, entre otros.

Por otro lado, Jonás (2016), resalta que el montaje es un truco y depende de la forma de mirar al mundo. Por otra parte, cada cineasta ha encontrado su forma de montaje propia e intransferible.

Según Sangro (2011), “Montar una película supone un ejercicio discursivo mucho más amplio en el que se apuesta por la elección de la forma cinematográfica más adecuada para relatar la historia” (p.95).

Diversos autores coinciden que Serguéi Eisenstein, fue un gran teórico del montaje, el cual clasifica al montaje en cinco partes.

5.1. Montaje rítmico

Este montaje engloba diversas significaciones. Para González (2014), se establece teniendo en cuenta la duración de los planos, además, de la composición de la imagen en los mismos, es decir, el encuadre.

5.2. Montaje ideológico

Eisenstein (como se citó en Jonás, 2016), este montaje se basa en símbolos, gestos, etc. Para expresar una idea en el espectador.

5.3. Montaje métrico

Varía de la estructura rítmica. Según Jonás (2016), los cortes se armonizan al ritmo de la música o de la banda sonora, como punto de énfasis musical.

5.4. Montaje tonal

Para Jonás (2016), se basa en las características principales de un cuadro, como iluminación y ángulos. A medida que el espectador se va desenvolviendo, asocia entre el color y el sonido y la experiencia del filme aumenta.

5.5. Montaje armónico

González (2014), señala que el montaje armónico es más evolucionado que la estructura tonal, sin embargo, se debe de tener en cuenta el resultado del problema entre el tono principal del fragmento y la armonía.

Según Perona (2010), el tiempo fílmico es el devenir de los seres y las cosas, se construye por acontecimientos sucesivos y forma parte del mundo. Por otro lado, dice que al ser conscientes del tiempo y formar parte del mundo, se tienen recursos para representarlo. Esto se puede representar a través de la construcción de historias.

Sangro (2011), señala que los protagonistas pueden romper la barrera que sustentan la cronología temporal del presente de su ficción. El cine funciona como una máquina del tiempo que permite al público instalarse en distintos tiempos.

Martin (como se citó en Sangro, 2011), dividía el tiempo cinematográfico en tres categorías las cuales son: proyección, acción y percepción.

Martin señala que, en la primera categoría, muchos espectadores interpretan que la línea temporal fílmica tiene que ser la misma duración cronometrada de las películas, o cuando una novela se adapta al cine. Esto último implica sintetizar la obra para que se pueda contar en dos

horas de duración. En la segunda categoría el autor muestra la presencia de un tiempo de la acción semejante a los límites cronológicos en lo que transcurre la narración ficticia. En este caso, “El Padrino” de Francis Ford Coppola, 1972 cubre el tiempo que transmite varias generaciones. Y en la tercera categoría, el autor indica que existen dos elementos que pueden asociarse para provocar una percepción subjetiva. El tiempo social y la identificación con los personajes. En primer lugar, el tiempo social facilita el consumo del tiempo transcurrido, en el cual se asocia a costumbres, conflictos o deseos. Y en segundo lugar depende del conflicto que esté el protagonista y el espectador (Citado en Sangro 2011, pp.125-126).

El guion

1. Definición

Comparato (2010), señala que el guion se diferencia de otros tipos de escritura por la forma de comunicar el mensaje de manera simultánea o alternada. Esta manera se asemeja a la novela y a la escritura dramática.

Dentro del guion encontramos la escena y la secuencia. Para Aldana (2011), la escena describe acciones que ocurren en el mismo lugar y tiempo. Por otro lado, la secuencia es una serie de escenas.

Finalmente, Comparato (2010), menciona que “el guion es sustancialmente efímero, es decir, tarda en convertirse en un producto” (p.21).

2. Estructura del guion

El guion audiovisual adopta una estructura clásica, el cual comprende tres partes: inicio, conflicto y desenlace, sin embargo, algunos autores señalan al plot como una parte más de la estructura del guion.

2.1. Inicio

Para Seger (2016), el inicio o planteamiento proporciona al público información básica para entender la historia. “La mayoría de guiones tienen problemas con el inicio porque no está bien centrado o porque plantea todo menos la historia que se quiere plantear” (p.33).

2.2. Conflicto

Según Perona (2010), “el conflicto o desarrollo es el enfrentamiento entre dos fuerzas que se desarrollan dentro de la historia. Una de las fuerzas se vincula al protagonista de la historia y la otra fuerza se asocia al antagonista de la historia” (p.92).

2.3. Desenlace

Segger (2016), menciona que el desenlace o resolución es la parte final de una historia. “En este punto se resuelve el conflicto respondiendo al problema central del conflicto” (p.54).

2.4. Plot

Para Comparato (2010), “el plot es la parte central de la acción dramática, donde todos los personajes están ligados por problemas, conflictos, intrigas, temas” (p.161).

Por otro lado, Comparato (2010), divide al plot en cuatro partes: plot principal (parte primordial de la historia), subplot (refuerza al plot principal, sin embargo, no es tan importante como el primero), multiplot (No existe un plot principal, sino diversas historias que ocurren a la vez. Este tipo de plot se utiliza en las telenovelas), plot paralelo (dos o más historias tienen la misma importancia y suceden paralelamente).

3. Elementos del guion

3.1. Story line

Comparato (2010), señala que el *story line* es un término usado para designar un mínimo de palabras, el conflicto de una historia.

“El *story line* debe contener presentación, conflicto, desarrollo y solución, en pocas palabras contiene elementos de la narrativa tradicional, los cuales son: exposición, nudo y desenlace” (Comparato, 2010, p.97).

Finalmente, Perona (2010), menciona que para crear un *story line* es necesario partir de una idea audiovisual. Esto permite al guionista diseñar la *story line*.

3.2. Story board

Para Perona (2010), un *story board* es un guion dibujado de un filme a realizar. Esta labor corresponde al director en base al planteamiento narrativo y visual.

Tomillo (2014), indica que el *story board* inicia en los años 30 en los estudios Disney con el cortometraje de “Los tres cerditos”.

3.3. Argumento

Perona (2010), menciona que en el argumento se mantiene los temas planteados en la *story line*, sin embargo, el argumento expone claramente el tema, la idea y empieza a caracterizarse claramente a los personajes.

“Para muchos autores el argumento es sinónimo de sinopsis, sin embargo, su valor audiovisual se fundamenta en la visualización de la historia en forma total” (Perona, 2010, p.169).

3.4. Escaleta

Peña (2016), señala que la escaleta o escalerilla son acciones que detalla el desarrollo de secuencias o bloques. La extensión de la escaleta varía conforme al guionista, sin embargo, no llega a ser minuciosa.

3.5. Sinopsis narrativa

Perona (2010), destaca que la sinopsis narrativa ordena los acontecimientos de la historia de manera minuciosa y precisa. En resumen, “La sinopsis es el primer paso hacia al como contar la historia” (p.179).

3.6. Guion técnico

Peña (2016), menciona que “la división de secuencias en escenas que son descritas como plano general son del guion técnico” (p.51).

Perona (2010), resalta que la elaboración de un guion técnico puede prever las dificultades y a la vez resolverlas.

“A través de la elaboración del guion técnico se busca representar por escrito la forma definitiva del relato audiovisual, sin embargo, para algunos autores ha sido insuficiente el guion técnico y se ha profundizado con el *story board*” (Perona, 2010, p.201).

3.7. Guion literario

Según Perona (2010), el guion literario o también denominado libro cinematográfico describen las imágenes, acciones de los personajes, ambientes y sonidos considerados por el guionista.

Perona (2010), señala que con el libro cinematográfico se puede comenzar a planificar la producción y organizar el rodaje. En resumen, “el guion literario es una herramienta inevitable de redactar, ya que su lectura da una idea completa del proyecto” (p.188).

4. Códigos gráficos

Herrera menciona que Casseti & Di Chio distingue los títulos y textos. “El título se plasma al principio y al final del film, el cual hace referencia a cualquier hecho o personaje. Por otro lado, el texto pertenece a la realidad y son representados en el film. Los diegéticos están en el plano de la historia, el no diegético no pertenece al mundo narrado, pero está contenido en el”. (Citado en Herrera 2015, p.24).

El código gráfico diegético y no diegético de Casseti & Di Chio está basado en el método crítico-estilístico como estrategia de análisis del video musical Hello again (The Cars) de Aguaded y Rodríguez.

El videoclip

1. Antecedentes

Según Torres (2012), “el videoclip nace, como una expresión puramente regida a partir de las letras musicales y las melodías que componen una misma pieza sonora. Es decir, se crea la pieza audiovisual a partir de la canción compuesta en su totalidad” (p.13).

Durá señala que en el año 1870 el videoclip se inició en los salones de bailes. Estos eran proyectados en diapositivas mientras la canción sonaba. (Citado en Salces 2014, p.21).

Para Salces (2014), la aparición del cine vanguardista en 1920 hizo que surgieran los primeros filmes de piezas musicales. Para el año 30, tras la unión de música y video aparecieron las primeras comedias musicales.

Para Gazzo (2012), los seguidores de los videoclips indican que Carlos Gardel filmó los primeros cortometrajes sonoros en sistema fono-film. Este video se grabó en 1930 y narra el primer mundial de fútbol ganado por Uruguay.

Gifreu (2010), señala que en los años 50 y con el surgimiento de la televisión, la industria discográfica emplea este medio como una plataforma para sus artistas. Surgen programas como The Ed Sullivan Show donde los artistas presentaban conciertos en vivo con el fin de promocionar sus discos.

Por otro lado, no solo la televisión fue una pieza importante para los cantantes, sino el cine. Este método hizo que Elvis Presley o Bill Halley sean llevados a la pantalla grande, desarrollando papeles de actores. Años después, será importante en los grupos musicales para los videoclips (Gifreu, 2010).

Gifreu (2010), menciona que el resultado de estos filmes hizo que The Beatles dirija su propia película con *A Hard day's night*. Esta cinta contiene una puesta musical y es relacionado a lo que hoy se conoce como video musical o videoclip. No solo The Beatles fue uno de los antecedentes en realizar puestas musicales en sus películas. Nam June Park fue uno de los fundadores en grabar las calles de Nueva York en un taxi, agregando técnicas del documental con la ficción y mezclando expresiones como el pop art con el video. Por otra parte, a inicios de los años 70 aparece la película *Performance*, donde Mick Jagger se muestra desde distintos planos, favoreciendo al cantante y a su presentación (Gifreu, 2010).

Illescas menciona que “el videoclip es un cortometraje basado en el desarrollo de una composición musical previa que fundamenta el despliegue de un conjunto de imágenes, las cuales, unidas a la música, dan lugar a un nuevo discurso estético”. (Citado en Illescas 2016, p.41).

2. Reseña histórica

2.1. Primeros videoclips

Para Gifreu (2010), el primer videoclip en aparecer fue el de *Bohemian rhapsody*, del grupo inglés Queen en 1975 por el director Bruce Gower. “Este videoclip tuvo como fin de promocionar el álbum. Dicho video obtuvo excelentes resultados de acuerdo a los fines con los que surge, ya que elevó las ventas del disco de una manera impresionante” (p.3).

Gifreu (2010), destaca que la aparición de la cadena televisiva MTV hizo que la estética de los videoclips evolucionara y con el tiempo sea empleado en todas las bandas. El primer videoclip en inaugurarse en MTV, es *Video killed the radio star* del grupo The Buggles.

Torres (2012), resalta que “la canción se enfoca en el traspaso de los artistas musicales del ámbito de la radio a la pantalla de televisión. Además, narra musicalmente la muerte de la estrella de la radio que es sobrepasada por las nuevas influencias del video”.

En pleno apogeo de MTV, muchos artistas como: Michael Jackson, David Bowie y Peter Gabriel aprovecharon el espacio realizando estéticas revolucionarias (Torres, 2012, p.17).

2.2. Realizadores icónicos del videoclip

Torres (2012), afirma que “muchos fueron los artistas involucrados en el desarrollo histórico y técnico del videoclip. Desde músicos, realizadores, directores, entre otros atribuyeron su grano de arena para llegar a conocer el concepto de videoclip que hoy en día podemos apreciar”.

Para Pedrosa (2015), la revolución del videoclip se debe a un reducido número de realizadores que decidieron apostar por este formato como campo de pruebas para sus habilidades creativas. Algunos de ellos provenían del cine, en este grupo se encuentra John Landis, Paul Schrader, John Sayles, Michelangelo Antonioni, Nicholas Roeg, Brian de Palma o William Friedkin. La participación de estos directores es meramente anecdótica y, en muchos casos, su involucración se debe a cuestiones de empatía con el artista a nuevos lenguajes como era el videoclip.

Pedrosa (2015), resalta que los trabajos más recordados de directores del cine en videoclips son: *Bad* de Michael Jackson (1987) del director Martin Scorsese, *Dancing in the dark* de Bruce Springsteen (1984) del director Brian de Palma. Sin embargo, el director más influyente es John Landis quien, junto a Michael Jackson, derrumbaron la barrera étnica de MTV con dos trabajos revolucionarios en cuanto al uso narrativo y temporal del relato video musical: *Billie Jean* (1983) y *Thriller* (1983).

Sin embargo, para Pedrosa (2015), los creadores británicos fueron los más revolucionados. Directores como David Mallet tenían una clara tendencia hacia los sonidos más atrevidos. Esto se vio reflejado cuando dirigió *I*

Want to Break Free del grupo Queen. Este video muestra a los integrantes de la agrupación travestidos de mujer.

3. El videoclip contemporáneo de los noventa a la actualidad

3.1. Videoclips en cadenas televisivas

Gifreu (2010), señala que tras el éxito de MTV, surgieron nuevos canales de televisión que transmitían videoclips. En México aparece Telehit en 1993, como el primer canal de televisión. Este canal transmitía videos de artistas en español. Este formato ya existía en la década de los ochenta con Video éxitos, sin embargo, la idea de hacer un canal sobre videoclips era nuevo.

Tras el éxito de MTV en los Estados Unidos, la cadena de televisión inaugura en 1993 MTV Latino. Este canal inició con el video *We are sudamerican rockers* del grupo chileno Los prisioneros (Gifreu, 2010).

Por otro lado, Viñuela (2013), menciona que el videoclip español ha sido muy limitado en comparación a Latinoamérica. Los canales musicales fueron creados a finales de los noventa. Por otra parte, MTV España inició sus transmisiones a mediados del año 2000.

Selva (2012), explica que cuando la televisión difundía los videoclips. Se corría el riesgo que el video musical narrativo sea cortado en la programación, como consecuencia el público no entendía el significado del videoclip.

3.2. Videoclips en internet

Según Sedeño (2012), el video musical actualmente se está distribuyendo en nuevos territorios. Esto ha hecho los videos musicales mejoren la posición cultural mediante el internet.

López-Ruiz (2017), resalta que en la actualidad existen numerosas páginas web de tipo video *hosting* que permiten a los usuarios subir y compartir videos. Sitios como YouTube, Vimeo, Dailymotion, Metacafe, Funnyordie.com, entre otros.

Selva (2012), menciona que, desde el inicio de YouTube, los videos con mayor visita de esta plataforma son videoclips. Esto hace que la página web sea reconocida por diversos videoclips.

Para Viñuela (2013), la cantidad de videos musicales que se encuentran en estos portales ha modificado las prácticas de consumo musical en los últimos años, especialmente entre los jóvenes. Nielsen (como se citó en Viñuela, 2013) el 64% de los 3.000 jóvenes de menos de 18 años aseguran utilizar YouTube como principal medio de consumo musical. A raíz de los portales 2.0, existen otras webs musicales que plantean también nuevos hábitos en la producción y difusión de videoclips. Pitchfork.tv, es una web que emite distintos tipos de programas, entre los que pueden destacarse las entrevistas a músicos y los videoclips. Por otro lado, esta web ha sabido adaptarse a los grupos nuevos o pocos conocidos, el cual su público es desatendido (Selva, 2012).

Finalmente, Sedeño (2012), afirma que la relación videoclip musical-internet se centra en que la tradicional división entre emisores y receptores se difumina, con la facilidad para integrar o subir contenidos de videos en las webs. Esto ha acercado a los fans en hacer videos relacionados a grupos que siguen. A esto se le llama *fan video*.

Karpovich (como se citó en Sedeño, 2012), los fans se adueñan de internet realizando *fans video* como medio de expresión. Con este tipo de videos, los fans promueven más al artista y al club.

4. Tendencia del videoclip actual

Para Perona (2010), el videoclip es lo más cercano a la identidad de los recursos propios del lenguaje videográfico. Además, ofrece una potencialidad expresivo-narrativa que sirve para posibles usos.

Existen los videoclips comerciales y *mainstream* o dominantes. El videoclip comercial es producido para la obtención de beneficios económicos, sea por medios de venta directa o indirecta, el cual comúnmente se asocia a la publicidad de un intérprete y, por otro lado, está el videoclip *mainstream* o dominante, el cual es un videoclip comercial elaborado y publicado por las industrias culturales hegemónicas con la intención de conquistar a un público mayoritario dentro de una franja de edad en un territorio determinado (Illescas, 2016, p.42).

Según Herrera (2011), resalta que actualmente los videoclips causan un gran impacto por ser minuciosos en su elaboración. Producción que Ethan Lader director de los videoclips *Just the way you are* y *Nothin' on you* del cantante Bruno Mars se basó en mezclar diferentes disciplinas artísticas, como la plástica y el videoarte por medio de la animación computarizada.

Por otro lado, Viñuela (2013), los cambios de consumo masivo en los videos musicales son usados como estrategias promocionales. Dichos singles cuentan con un videoclip para ser difundido a través de las plataformas digitales.

Viñuela (2013), resalta que actualmente el video musical ya no es un producto secundario, sino, se ha vuelto en una obra principal debido a la sociedad que es más audiovisual. Esto no solo ha generado tipologías como *mash-up*, *lipdub* y *literal video version*., Sino que también los contenidos han sido más polémicos al hablar de muerte, sexo, religión, etc. Contenidos que en la televisión es censurable.

En primer lugar, la práctica del *mash-up* audiovisual es una producción multimedia en el que música, letra e imagen son configuradas partiendo de fragmentos audiovisuales no pensados para funcionar conjuntamente. En segundo lugar, el *lipdub* es uno de los géneros que se han popularizado a través de internet. Esta categoría se caracteriza por presentar a personas interpretando una canción en *playback* sincronizando los labios, los gestos y los bailes con la música. Esto es grabado por un plano-secuencia, además, de una buena organización por parte del público. Y, en tercer lugar, *literal video version*. Este tipo de videoclips nació en el 2008 y se basa en reemplazar la letra original por otra. (Viñuela, 2013, pp.177-181).

Finalmente, tras el uso masivo del videoclip, otros tipos de videoclip como: Videoclip *dance version*, *director's cut* o corte del director de un videoclip y *version remix*.

Para López-Ruiz (2017), el videoclip *dance version* se caracteriza por centrarse en la coreografía de una canción, generalmente es percibido por este género. El *director's cut* o corte del director tiene la particularidad que el director edite el videoclip para representar su visión. Este tipo no es nuevo, sin embargo, es muy usado actualmente en la web por usar imágenes explícitas de violencia o el sexo como temas principales. Finalmente, la versión *remix* es usado en los videos

online para crear un efecto más pegadizo en las canciones y de este modo entrar a los *rankings* de música.

5. Videoclips en Latinoamérica

Gazzo (2012), recalca que el primer videoclip en toda la historia es el de Carlos Gardel, sin embargo, hasta la fecha no se sabe cuál es el primer videoclip en toda la historia.

Para Woodside (2014), la primera película sonora mexicana fue “Santa” de 1931. Este film abrió al cine musical mexicano. Años más tarde, en los años setenta el programa Discotheque Orfeón A Go-gó proyectó la presentación de José durante el II Festival de la Canción. Esta presentación dio inicio al videoclip mexicano.

El portal chileno Galaxiaup (2014), resalta que la originalidad del pionero en videos musicales en Chile, Hugo Arévalo plasma originalidad a través de un tratamiento audiovisual para cada canción, evitando el cliché de artistas cantando a la cámara.

Según Gifreu (2010), uno de los primeros videoclips latinos publicados en canales musicales fue “La incondicional” del cantante mexicano Luis Miguel. Dicho videoclip emplea la actuación del cantante con narraciones intercaladas. La importancia de videoclips latinoamericanos en los últimos años ha sido de manera favorable tanto para el artista como para el público. Esto se ha visto en las listas de YouTube del año 2017.

Para Navas (2017), la música latina ha aumentado el 300% de los videos musicales latinos en YouTube. Esto se puede ver en el videoclip “Despacito” de Luis Fonsi y Daddy Yankee alcanzando los 4 mil millones de visitas.

Por otro lado, Cohen dijo que el éxito masivo de la música latina en YouTube es global. Los artistas latinos están construyendo fans a nivel mundial (Citado en Navas 2017).

6. Videoclips en el Perú

Perú no ha sido ajeno a los videoclips. Para Reyna (2018), la tendencia de musicalizar un clip fue tomada por Jorge Pérez quien, sin pensarlo, grabó y estrenó uno de los primeros videoclips que se grabó en el país con la canción “Yo la quería, Patita” en 1955.

Uno de los directores más representativos de videos musicales es Percy Céspedes. La web Los Andes (2014), señala que el Céspedes ha dirigido más de 200 videoclips entre nacionales e internacionales.

Céspedes menciona que “los primeros videos musicales que salieron en el Perú eran videos promocionales, no obstante, conforme iban saliendo más videos promocionales la calidad iba decayendo. El género no se tenía muy claro y carecía de contenido” (Citado en Universidad Continental 2013).

Céspedes (como se citó en Los Andes, 2014), señala que su primer trabajo fue “Hey, Luis” de Chapu & The Why Last, el cual fue bien recibido llegando a durar cuatro semanas en la televisión.

Finalmente, Céspedes resalta que actualmente el Perú es una potencia en producción de videos (Citado en Los Andes 2014).

El rock como género musical

1. Antecedentes

Sierra (2016), señala que la historia del rock inició en el año 1953, cuando un *DJ* llamado Alan Freed creó el término *rock and roll*. Un año después, en 1954, el músico Bill Haley & His Comets grabó la canción *Rock around the clock*, considerado como el primer hito sonoro de rock en la historia, y de formar parte de una película.

Crespo (2011), afirma que al año siguiente de la canción “*Rock around the clock*”, las películas “Rebelde sin causa” y *Blackboard Jungle* establecieron un nuevo modelo en los adolescentes. El modelo se trataba de un solitario rebelde y delincuente juvenil.

“Hubo muchos cambios en la que provocaron diversos acontecimientos. La ruptura social que representó la Segunda Guerra Mundial, la emigración de la comunidad negra americana y la aparición de los medios de comunicación en masas, lograron la primera globalización mundial” (Sierra, 2016, p.13).

Para Sierra (2016), tras finalizar la Segunda Guerra Mundial, la gente negra fue tratada como ciudadanos de segunda, sin embargo, hicieron varios cambios como incrementar la población y como resultado nacieron nuevos géneros musicales como, el *jazz* y *blues*. Dichos géneros se expandieron por todo Estados Unidos mezclándose con géneros musicales de blancos, en el que se

encontraba el *country* y *folk*. Sin embargo, los jóvenes que había ido a combatir en la guerra buscaron un nuevo lenguaje, ese lenguaje fue el *rock and roll*. Sin embargo, tras el éxito del *rock and roll*, el género tenía que ser representado por una persona, esta persona fue Elvis Presley. Sierra (2016), menciona que la voz única, la imagen de un americano ejemplar fue la combinación perfecta en el género.

2. Género y estilo

Según Sierra (2016), el *rock and roll* fue la mezcla de todos los géneros populares de aquellos años. Por un lado, se estaba la gente negra con ritmos tristes, siendo el *blues* el género principal de estas emociones. Además, del *blues*, el *jazz* influyó en dicha cultura, aportaba ritmos improvisados dando paso al *hot jazz* y al *free jazz*.

“Los blancos se beneficiaron de todo ello, y cuando apareció el *rhythm and blues*, como antesala del *rock and roll*, fue imparable” (Sierra, 2016, p.19).

Sierra (2016), menciona que el *rock and roll* estaba desapareciendo debido a que muchos de sus artistas se ausentaron por diversos motivos, legales o fallecieron, sin embargo, nacieron otros géneros como el *twist* en 1959, por otro lado, Inglaterra no se vio afectado a los cambios que tenía el país americano. No obstante, cuando se restableció el tráfico marítimo entre Inglaterra y Estados Unidos, las embarcaciones vendían a jóvenes ingleses discos que escuchaban en Estados Unidos, discos que sirvió a Lennon a fusionar ritmos y crear la banda The Beatles.

“Mientras el éxito de The Beatles era enorme, otra banda muy por el contrario de Beatles, con ritmos más oscuros y eléctricos sumergían con fuerza llamada Rolling Stones” (Sierra, 2016, p.56).

Sierra (2016), añade que el *folk* marcó como un género de propuesta iniciada por Woody Guthrie y Peter Seeger. Género que marcó por tener poetas y humanistas.

Según Sierra (2016), con forme iban pasando los años, los géneros musicales iban aumentando. Nació el movimiento *hippie* creado en San Francisco, a causa de la guerra de Vietnam, no obstante, dicho movimiento duró poco y fue reemplazado por la psicodelia. El rock psicodélico se destacó tanto en la parte audiovisual (empleo de luces estroboscópicas, proyecciones de colores) como

en la parte auditiva (canciones de larga duración). En este generó se destacaron grupos como: Pink Floyd y UFO.

Sierra (2016), señala que aparecieron nuevos grupos, mejores equipos de sonido, apareció la época dorada del rock encabezado por la banda de *hard rock* (rock duro), Led Zeppeling. Años más tarde se incorporó otros géneros como el *heavy metal*, a cargo de Black Sabbath, el rock sinfónico de Deep Purple grabando con discos con orquestas sinfónicas, el rock latino de Carlos Santana y los primeros álbumes en vivo creados a partir de bandas que quisieron demostrar a sus seguidores el potencial que tenían en vivo.

Para Sierra (2016), alrededor de los años setenta, la crisis en Inglaterra dejó a mucha gente sin trabajo. Muchos jóvenes probaron suerte en la música al que le llamaron *punk*. Este género fue un grito de rebeldía de los jóvenes hacía el sistema inglés.

“En los años ochenta, el *hard rock* y el *heavy metal* volvió a resurgir, sin embargo, no solo el *hard rock* o el *heavy metal* surgía, sino aparecía la idea de hacer buenos videoclips. Esto nació junto con la cadena televisiva MTV” (Sierra, 2016, p.216).

Por otro lado, Reynolds (2015), señala que en los años noventa el rock alternativo se usaba como un retroceso a los géneros históricos del rock.

3. Aparición del rock peruano y sus fusiones

Para Bazo la llegada del rock peruano empezó en la década del cincuenta con la película “La semilla del mal”. Para ese entonces Héctor Roca hace un concurso en la radio sobre la canción de la película llamada *Rock around the clock* versionada al español (Citado en PeruRock 2014).

Bazo (como se citó en PeruRock, 2014), “La película estuvo proyectada dos años en los teatros de Lima, en estos años, se contrató a bandas cubanas que tocaran las canciones proyectadas, sin embargo, el público lo tomo mal porque no se escuchaban igual que el film”.

Bazo resalta que en los años sesenta, el rock estaba marcado en los jóvenes, además, de crearse cuatro disqueras (IEMPSA, Virrey, Sono Radio y MAG), se establecieron 203 grupos de rock en Lima y 40 en provincias. Los grupos que se destacaron en esta época fueron Los Saicos, Shain’s y Los Doltons (Citado en PeruRock 2014).

Bazo señala que el gobierno militar hizo que los medios de comunicación fueran silenciados, la producción discográfica decreció y se limitaron los instrumentos musicales, sin embargo, surgió nuevas bandas que fusionaban ritmos andinos y eran promovidos por el gobierno, no obstante, el rock peruano había muerto para esa época (Citado en PeruRock 2014).

Uceda (2015), menciona que en la década de los ochentas aparecieron nuevos grupos como: Frágil, R.I.O, Miki González y Arena Hash.

Por otro lado, Bazo indica que debido al cambio del gobierno militar se creó un género musical llamado rock subterráneo. No obstante, en los noventa el rock peruano comenzó a fusionar ritmos y crear compases alternativos (Citado en PeruRock 2014).

3.1. Rock subterráneo

Según Riveros (2014), la escena subterránea apareció como un desesperado grito ante el contexto de violencia política, dando testimonio de la vida y de la historia. Por otro lado, la difusión radial y televisiva abrió paso a grupos como R.I.O y Arena Hash.

Bazo menciona que la imagen de los subtes (seguidores del rock subterráneo) era una imagen masculina, anti intelectuales e influenciados por la música *punk* extranjera. Además, resalta que “la música subterránea se representaba por la crudeza y la violencia que había en la sociedad. Canciones de racismo y clasismo eran muy comunes en la movida subterránea” (Citado en PeruRock 2014).

Para Greene (2017), los *punks* peruanos incluían mensajes sobre la vida y la muerte, las luchas de liberación social y la realidad que existía en los ochentas con la militancia política.

“Las primeras grabaciones del rock subterráneo eran en cassette demo, rara vez se producía discos en vinilo. En ese tiempo el formato vinilo era muy caro, más aún la falta de disqueras dificultó a los músicos” (Citado en Greene 2017, p.42).

Greene (2017), menciona que una de las primeras bandas de *punk* de Lima surgió en la escena subterránea a mediados de los ochenta llamada Narcosis. Años más tarde se crearon bandas como: Leusemia, Autopsia, Zcuela Cerrada y Guerrilla Urbana.

3.2. Rock fusión

En los años noventa nacieron nuevas agrupaciones que fusionaron el rock con ritmos latinos, bandas como: La Sarita, Los Mojarras y Uchpa fueron las primeras bandas en funcionar ritmos que ya eran escuchados en el país, como la cumbia y el huayno.

“Las familias provincianas no llegaron a la capital para invadir, sino para mezclar el calientito con el *whisky*, la pachamanca con las hamburguesas y la música regional con el rock” (Orozco, 2017).

Para Orozco (2017), Los Mojarras fue una agrupación que reflejó la multiculturalidad y la búsqueda de identidad en Lima. “Gracias a Los Mojarras surgieron nuevas bandas como: La Sarita, La Nueva Invasión y Bareto” (Orozco, 2017).

Finalmente, Orozco (2017), señala que la canción “Triciclo Perú” representa al país como un estado caótico, estremecido por la guerra interna y esperanzada en el neoliberalismo.

4. Mensajes sociales en el rock

Según Torres (2016), los mensajes sociales toman importancia de la música en el siglo XX. En aquel siglo, la música jugó un papel importante en la historia logrando un cambio social dentro de la población.

Martí indica que el arte musical se revela como una disciplina eminentemente social, el cual se ha ido creando para un grupo de persona a lo largo de la historia, asumiendo distintos roles sociales en su relación con la música y se destina a un determinado público. (Citado en Alvarado 2013, p.1).

Elliot resalta que “la música puede abordar una gran variedad de objetivos y funciones sociales como acompañamiento en celebraciones e incluso, se utiliza para invocar dioses” (Citado en Alvarado 2013, p.2).

Por otro lado, Illescas (2016), resalta que los videoclips dirigidos a los guetos o los representantes como sinónimo de autenticidad para los sectores populares tienen un mensaje nítidamente superestructural, el cual se basa en el estereotipo de una persona de la calle siendo exitosa pese a los problemas que tuvo antes de la fama como el narcotráfico y la pobreza.

Para Rodríguez y Sedeño (2017), establece que el video musical, debido a su carácter masivo, se convierte en un potente vehículo social capaz de difundir

mensajes relacionados con los problemas actuales, además, que el videoclip presenta una naturaleza experimental, seductora y lúdica, en el que dichos mensajes son transmitidos de forma sutil en la iconosfera contemporánea. Finalmente, el video musical hace uso de las reivindicaciones sociales como recurso expresivo y provocador, de forma paralela al discurso de lucha social. “En relación con las reivindicaciones sociales y humanitarias, el video musical se convierte en un potente transmisor, apoyado en las imágenes y en el efectismo de la banda sonora, de mensajes de denuncia política y de tipo pacifista” (Citado en Rodríguez y Sedeño 2017, p.9).

Rodríguez y Sedeño (2017), menciona que actualmente las mujeres aparecen erotizadas y con una actitud de superación, el cual, anteriormente no era mostrado de esa manera pues, la sumisión y la pasividad eran los rasgos femeninos predominantes.

Fubini (como se citó en Torres, 2016), el rock tuvo sus referentes inmediatos en géneros como *boogie woogie*, el *country*, el *blues* y el *jazz*, estos últimos fueron los que mayor influencia tendrán, debido a los temas y la crítica social que solían tocar en sus canciones rápidamente se les asociaron y relacionaron con el rock.

Debido a problemas mundiales se fueron creando festivales donde reunían a grandes exponentes de la música. Festivales como: Festival de la Isla Wight en el Reino Unido (1968), el festival de Woodstock en Estados Unidos (1969), catalogado como el festival más importante de la música *hippie*, El festival de Piedra Roja en Chile (1970) y el Festival Rock y Ruedas de Avándaro en México (1971), el cual sirvió a los jóvenes a expresarse a través de la música (Citado en Torres, 2016, p.56).

En Latinoamérica, el cantante chileno Víctor Jara era un folclorista y activista social en Chile. Lynskey (2016), menciona que mientras el país sufría de ataques militares, Jara describía la masacre de Puerto Montt con el tema, “Preguntas por Puerto Montt”. Días después de haberla tocado en vivo, recibió buen elogio y creo más temas que se convirtieron en himnos sociales.

En Perú, el grupo Narcosis marcó el inicio del rock subterráneo. Greene (2017), destaca que los problemas estructurales y los conflictos raciales formaron

violencia con motivos políticos. Todos estos conflictos hicieron que Narcosis lo emplearan en su primer disco titulado “Primera dosis”.

Una década después, Los Mojarras con su tema “Triciclo Perú” destacó tanto en sus letras como en su videoclip, los comercios informales que existían en la capital.

“La canción “Triciclo Perú” hace alusión al consumo y al limeño que se forma con el desorden, la marginalidad, la informalidad y sueña con romper con la represión que le esquivo denominarse ciudadano” (Orozco, 2017).

2.3. Bases teóricas

2.3.1. Teoría de la comunicación audiovisual

Trata de un proceso de interacción y mecanismo para las relaciones humanas; el carácter simbólico de la producción de contenido; el valor social y antropológico de los contenidos de los medios de comunicación, con una especial atención a los audiovisuales. Por otro lado, el grado de intencionalidad y la faceta persuasiva se caracteriza fundamentalmente por la consideración de la comunicación como proceso en el cine o la televisión (Parés, 1992, p.37).

2.3.2. La secuencia narrativa en el videoclip

Las relaciones causales en los videoclips no parten solo de las imágenes, sino que puede involucrar todos los códigos que conforman su discurso e incluso a otros externos pero cercanos a este. En pocas palabras, las obras muchas veces no están definidas, no obstante, el televidente puede participar de la construcción de su significado, haciéndolo así suyo en parte (Caro, 2014, p.42).

2.3.3. El simbolismo interaccionista de Jenkins

Según Jenkins (1992), el simbolismo interaccionista fue estudiado en grupos de fans. Esta cultura es dominante. Los fans o seguidores roban ideas de los artistas, para sus propios usos.

2.3.4. Teoría de las mediaciones sociales

Orozco (como se citó en Colina, 2001), la mediación es un proceso receptivo donde crean conceptos y sentidos desde la interacción de la audiencia con el medio y con las otras instancias sociales.

Estas teorías respaldan mi investigación, porque de acuerdo con la teoría de la comunicación audiovisual, está relacionada con los videoclips en mención. De esta forma el video musical sirve como medio de comunicación y capta la atención del espectador. En este caso la sociedad.

Por ello, la secuencia narrativa en los videoclips el receptor puede construir un significado en base al videoclip, en este caso se construirá significados tras analizar los videoclips “Triciclo Perú” y “Más poder”. En este sentido, el simbolismo interaccionista de Jenkins ayudará a entender a los fans y seguidores de las agrupaciones analizadas y el cambio que generó dichas agrupaciones. Finalmente, la teoría de las mediaciones sociales nos dará a entender los significados que dieron los videoclip a la sociedad peruana.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

Según Bonilla y Rodríguez “el método cualitativo o no tradicional califica y describe el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los mismos sujetos que están dentro de la situación estudiada” (Citado en Bernal 2010, p.60).

La presente investigación es cualitativa porque se analizará el lenguaje audiovisual y los mensajes sociales en los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita y se describirá los mensajes sociales en los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita.

3.2. Abordaje metodológico

Para Martínez (2011), un enfoque hermenéutico busca descubrir los significados de distintas expresiones humanas, como las palabras, los textos, los gestos, pero conservando su singularidad.

El método de esta investigación es hermenéutico porque se interpretará los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita identificando elementos del lenguaje audiovisual y se describirá los mensajes sociales en los videoclips mencionados.

3.3. Escenario de la investigación

El escenario de la investigación son los videoclips de “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita. Ambos videoclips fueron desarrollados en la ciudad de Lima a mediados y finales de la década de los noventa.

Durante la época de los noventa sucedió el terrorismo y el abuso de poder por parte del gobierno fujimorista. Esto afectó tanto a la capital, como al país teniendo como consecuencia muerte de inocentes, inseguridad y pobreza. Esto último generó que muchos provincianos se trasladen a Lima en busca de un mejor futuro.

3.4. Sujetos participantes

Los sujetos de investigación son los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita.

Criterios de inclusión

Se analizarán solamente los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita. Ambos videoclips exponen similares temáticas sociales, además, de ser publicados en la misma época y ser del mismo género musical.

Criterios de exclusión

No se incluirá otros videoclips de las bandas mencionadas, ni de otras agrupaciones peruanas. Este criterio de exclusión se debe a que la banda Los Mojarras realizó otros videos basándose en distintos temas que no tenía relación con el Perú ni con la época, en la cual está basada esta investigación, al igual que la banda La Sarita. Por otro lado, no se han incluido otras bandas peruanas porque no son del mismo género musical de las bandas mencionadas y sus temas están ligadas al amor y al desamor.

3.5. Técnicas de recolección de datos

Según Tinto (2013), menciona que “el análisis de contenido es descrito como un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones utilizando procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes” (pp.140-141). La técnica que se aplicará será el análisis de contenido. La finalidad de esta investigación es profundizar el análisis del lenguaje audiovisual y los mensajes sociales en los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita.

3.6. Instrumentos de recolección de datos

Para Aguaded y Rodríguez (2012), “la plantilla analítica se caracteriza por segmentar, analizar e interpretar. Este modelo está basado en las obras de Casetti, Di Chio, Bordwell y Thompson por el aspecto sintético y por su profundidad de análisis” (p.218).

El instrumento que se utilizará en la investigación será una plantilla analítica porque permitirá distinguir el estilo y la personalidad de ambos videoclips.

3.7. Procedimientos para la recolección de datos

| Acción | Datos obtenidos | Destino de la información | Medios usados |
|--|--|----------------------------------|---|
| Recopilación de antecedentes que se relacionen con la investigación. | <ul style="list-style-type: none"> - Tesis de antecedentes internacionales. - Tesis de antecedentes nacionales. - Tesis de antecedentes locales. | Antecedente de la investigación. | <ul style="list-style-type: none"> - Tesis físicas. - Tesis virtuales. |
| Búsqueda de información teórica. | <ul style="list-style-type: none"> - Teoría del lenguaje audiovisual. - Teoría sobre el guion. - Teoría sobre el videoclip. - Teoría sobre el género rock. - Teoría sobre mensajes sociales. - Bases teóricas. | Marco teórico. | <ul style="list-style-type: none"> - Libros físicos. - Libros virtuales. - Páginas web. - Revistas virtuales. - Revistas físicas. - Tesis virtuales. - Videos. |
| Búsqueda de información sobre metodología. | <ul style="list-style-type: none"> - Teorías sobre tipos de investigación. - Teorías sobre métodos de la investigación. - Investigación acerca del objeto y escenario. - Teorías sobre técnicas e instrumentos de investigación. | Marco metodológico. | <ul style="list-style-type: none"> - Libros físicos. - Libros virtuales. |

3.8. Principios éticos

La investigación “Análisis del lenguaje audiovisual y los mensajes sociales en los videoclips “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita” respeta y respalda la información mediante uso de citas actuales en: libros, revistas, páginas webs y videos. Además, contará con una plantilla analítica de Aguaded y Rodríguez, el cual servirá al momento de analizar ambos videoclips peruanos.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Análisis de los resultados

El instrumento utilizado está basado en una plantilla analítica adaptado de Aguaded y Rodríguez (2012). Matriz atribuida en las obras de Casetti, Di Chio, Bordwell y Thompson.

PLANTILLA ANALÍTICA






| Análisis – “Triciclo Perú” de Los Mojarras | |
|---|--|
| Segmentación | <p>El videoclip “Triciclo Perú” de Los Mojarras cuenta con:</p> <p>10 secuencias.</p> <p>82 escenas.</p> <p>169 planos.</p> |
| Estructura | |
|  | <p>Secuencia 1 Intro (00:00 - 00:22)</p> |
|  | <p>Secuencia 2 Estrofa I (00:22 – 00:41)</p> <p>Triciclo con zapatos</p> <p>Un vaso de chicha</p> <p>Un buen reloj</p> <p>Camisas chucherías</p> <p>De todo en las calles</p> <p>Y en montón</p> <p>Persignan la primera venta</p> <p>Las calles están repletas</p> <p>Impulsa el triciclo ambulante</p> <p>Llamado Perú</p> |

| | |
|---|---|
|  | |
|  | <p>Secuencia 3 Intro (00:41 – 00:52)</p> |
|  | <p>Secuencia 4 Estrofa II (00:52 – 01:12)</p> <p>Los micros están repletos La gente de apresta a trabajar Obreros, empleados Doctor, enfermera Y hasta un capitán Van mirando sus relojes Mientras el microbusero Impulsa esos pistones Llamados Perú</p> |






| | |
|---|--|
|  | <p>Secuencia 5 Puente musical I (01:12 – 01:34)</p> |
|  | <p>Secuencia 6 Solo de guitarra (01:34 – 01:51)</p> |
|  | <p>Secuencia 7 Estrofa III (01:51 – 02:18)</p> <p>Todos a la cima, todos quieren llegar No importa el camino, todos van a llegar A la cima, felicidad El pobre a ser al rico, El rico a ser al rey, El rey a la gloria, La gloria inmortal, Resurrección, vuelve a empezar Muchos zapatos vamos a gastar Para llegar</p> |







| | |
|--|--|
|  | |
|  | <p>Secuencia 8 Estribillo I (02:18 – 02:41)</p> <p>Alma para conquistarte, Corazón para quererte, Y vida para vivirla junto a ti Alma para conquistarte, Corazón para quererte, Y vida para vivirla junto a ti ¡Hey!</p> |







| | |
|--|--|
|  | <p>Secuencia 9 Puente musical I (02:41 – 02:57)</p> |
|  | <p>Secuencia 10 Estrofa III (02:57 – 03:24)</p> <p>Todos a la cima, todos quieren llegar No importa el camino, todos van a llegar A la cima, felicidad El pobre a ser al rico, El rico a ser al rey, El rey a la gloria, La gloria inmortal Resurrección, vuelve a empezar Muchos zapatos vamos a gastar Para llegar Sí, Perú.</p> |







| Análisis videográfico | |
|---|---|
| Código visual | Plano - ángulo - movimiento: |
| <p>Secuencia 1</p> <p>Escena 1 – Sala de ensayo</p> <p>P1</p>  | <p>Primer plano.</p> <p>Ángulo picado.</p> <p>Movimiento: barrido.</p> |
| <p>Escena 2 – Jirón Quilca</p> <p>P2</p>  | <p>Primer plano.</p> <p>Ángulo contrapicado.</p> <p>Movimiento: paneo.</p> |
| <p>P3</p>  | <p>Primer plano.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> <p>Movimiento: paneo.</p> |
| <p>P4</p>  | <p>Primer plano.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> <p>Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>Escena 3 – Centro cultural El Averno</p> <p>P5</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> |

| | | |
|------------------------------|---|---|
| P6 |  | Plano detalle. Ángulo contrapicado. |
| Escena 4 – Jirón Quilca | | |
| P7 |  | Plano general. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento. |
| P8 |  | Plano entero. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento. |
| P9 |  | Plano conjunto. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento. |
| Escena 5 – Jirón de La Unión | | |
| P10 |  | Plano conjunto. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento. |
| P11 |  | Plano general. Ángulo horizontal. |

| | |
|---|--|
| <p>P12</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>Secuencia 2 Escena 6 – Sala de ensayo</p> <p>P13</p>  <p>Escena 7 – Jirón de La Unión</p> | <p>Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>zoom out</i>.</p> |
| <p>P14</p>  | <p>Primer plano. Ángulo horizontal.</p> |
| <p>P15</p>  | <p>Primer plano. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| <p>P16</p>  | <p>Primer plano. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |

| | | |
|---|---|--|
| Escena 8 – Jirón Quilca tienda de rock | | |
| P17 |  | Plano detalle. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>paneo</i> . |
| P18 |  | Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>tilt down</i> . |
| P19 |  | Plano detalle. Ángulo picado. Movimiento: <i>barrido</i> . |
| Escena 9 – Jirón de La Unión | | |
| P20 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. |
| Escena 10 – Jirón Quilca tienda de ropa | | |
| P21 |  | Plano detalle. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>zoom in</i> . |
| P22 |  | Plano detalle. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>zoom in</i> . |

| | |
|-------------------------------|---|
| Escena 11 – Jirón de La Unión | |
| P23 |  <p>Plano medio - contraplano. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento.</p> |
| P24 |  <p>Plano conjunto. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| P25 |  <p>Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| P26 |  <p>Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i>.</p> |
| P27 |  <p>Plano americano. Ángulo horizontal.</p> |
| P28 |  <p>Plano americano. Ángulo horizontal.</p> |

| | | |
|-------------------------------|---|---|
| P29 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. |
| P30 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. |
| P31 |  | Plano general. Ángulo picado. Movimiento: <i>zoom out</i> . |
| Escena 12 – Sala de ensayo | | |
| P32 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. |
| P33 |  | Plano medio. Ángulo picado. |
| Escena 13 – Jirón de La Unión | | |
| P34 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |

Secuencia 3

Escena 14 – Exterior ascensor

P35



Plano medio.
Ángulo contrapicado.

P36



Plano medio.
Ángulo contrapicado.

P37



Plano americano.
Ángulo contrapicado.

P38



Plano medio.
Ángulo horizontal.

P39



Plano medio.
Ángulo horizontal.

P40



Plano medio.
Ángulo contrapicado.

Escena 15 – Jirón de La Unión

P41



Plano general.
Ángulo picado.
Movimiento: *paneo*.

Escena 16 – Jirón de La Unión balcón

P42



Plano americano.
Ángulo horizontal.

Escena 17 – Jirón de La Unión

P43



Plano medio.
Ángulo picado.
Movimiento: *travelling* de acompañamiento.

P44













Plano medio.
Ángulo picado.
Movimiento: *travelling* de acompañamiento.







P45














Plano general.
Ángulo picado.
Movimiento: *paneo*.







| | |
|--|--|
| <p>Escena 18 – Jirón de La Unión balcón</p> <p>P46</p>  | <p>Plano americano. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>Escena 19 – Jirón de La Unión</p> <p>P47</p>  | <p>Plano entero. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento.</p> |
| <p>Escena 20 – Sala de ensayo</p> <p>P48</p>  | <p>Plano conjunto. Ángulo horizontal.</p> |
| <p>Escena 21 – Jirón de La Unión</p> <p>P49</p>  | <p>Plano entero. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento.</p> |
| <p>Secuencia 4</p> <p>Escena 22 – Jirón de La Unión</p> <p>P50</p>  | <p>Plano medio. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |

| | | |
|---|---|--|
| P51 |  | Plano medio. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>travelling</i> . |
| P52 |  | Plano general. Ángulo picado. Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento. |
| P53 |  | Plano general. Ángulo picado. Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento. |
| P54 |  | Plano general. Ángulo picado. Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento. |
| Escena 23 – Jirón de La Unión restaurante | | |
| P55 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>paneo</i> . |
| Escena 24 – Jirón de La Unión | | |
| P56 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento. |

| | |
|--|---|
| <p>P57</p>  <p>Escena 25 – Sala de ensayo</p> | <p>Plano general. Ángulo contrapicado.</p> |
| <p>P58</p>  <p>Escena 26 – Poster</p> | <p>Plano conjunto. Ángulo picado.</p> |
| <p>P59</p>  | <p>Primer plano. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>P60</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>P61</p>  | <p>Primerísimo primer plano. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>P62</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>P63</p>  <p>Escena 27 – Sala de ensayo</p> | <p>Plano detalle. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>zoom out</i>.</p> |
| <p>P64</p>  <p>Escena 28 – Jirón Quilca tienda de libros</p> | <p>Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>P65</p>  <p>Escena 29 – Sala de ensayo</p> | <p>Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>P66</p>  <p>Secuencia 5</p> <p>Escena 30 – Centro cultural El Averno</p> | <p>Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>zoom out</i>.</p> |
| <p>P67</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i>.</p> |

| | | |
|-------------------------------|---|--|
| P68 |  | Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> . |
| P69 |  | Plano entero. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> . |
| P70 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> . |
| Escena 31 – Sala de ensayo | | |
| P71 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |
| P72 |  | Plano detalle. Ángulo picado. Movimiento: <i>paneo</i> . |
| Escena 32 – Jirón de La Unión | | |
| P73 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento. |

| | |
|---------------------------------------|---|
| Escena 33 – Sala de ensayo | |
| P74 |  |
| Escena 34 – Centro cultural El Averno | |
| P75 |  |
| P76 |  |
| P77 |  |
| P78 |  |
| P79 |  |

Secuencia 6

Escena 35 – Centro cultural El Averno

P80



Plano detalle.

Ángulo horizontal.

P81



Plano medio.

Ángulo horizontal.

Movimiento: barrido.

Escena 36 – Sala de ensayo

P82



Plano conjunto.

Ángulo picado.

Escena 37 - Jirón de La Unión

P83



Plano medio.

Ángulo horizontal.

Movimiento: *travelling* de acompañamiento.

Escena 38 – Sala de ensayo






P84















Plano detalle.

Ángulo picado.

Movimiento: paneo.

| | |
|--|--|
| <p>Secuencia 7</p> <p>Escena 39 – Sala de ensayo</p> | |
| <p>P85</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo picado.</p> <p>Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>Escena 40 – Jirón de la unión quiosco de revistas</p> | |
| <p>P86</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo contrapicado.</p> <p>Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| <p>P87</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo contrapicado.</p> <p>Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| <p>P88</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo contrapicado.</p> <p>Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| <p>P89</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo contrapicado.</p> <p>Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |

| | | |
|-----|---|--|
| P90 |  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo contrapicado.</p> <p>Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| P91 |  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo picado.</p> <p>Movimiento: <i>tilt down</i>.</p> |
| P92 |  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo picado.</p> <p>Movimiento: <i>tilt down</i>.</p> |
| P93 |  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo picado.</p> <p>Movimiento: <i>tilt down</i>.</p> |
| P94 |  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo picado.</p> <p>Movimiento: <i>tilt down</i>.</p> |
| P95 |  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo picado.</p> <p>Movimiento: <i>tilt down</i>.</p> |
| P96 |  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo picado.</p> <p>Movimiento: <i>tilt down</i>.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>P97</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo picado. Movimiento: <i>tilt down</i>.</p> |
| <p>P98</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo horizontal.</p> |
| <p>P99</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo aberrante. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>Escena 41 – Jirón Quilca tienda de libros</p> | |
| <p>P100</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| <p>Escena 42 – Jirón de la unión quiosco de revistas</p> | |
| <p>P101</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo aberrante. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |

Escena 43 – Jirón Quilca

P102



Primer plano.

Ángulo horizontal.

Movimiento: *zoom out*.

Escena 44 – Avenida Emancipación

P103



Plano americano.

Ángulo horizontal.

Escena 45 – Jirón Quilca tienda de libros académicos

P104



Plano detalle.

Ángulo contrapicado.

Movimiento: *paneo*.

P105



Plano detalle.

Ángulo horizontal.

Escena 46 – Jirón Quilca







P106












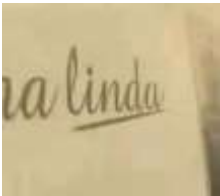

Plano americano.







Ángulo horizontal.







Movimiento: *travelling* de acompañamiento.







| | | |
|---------------------------------------|---|--|
| Escena 47 – Sala de ensayo | | |
| P107 |  | Plano americano. Ángulo picado. |
| Escena 48 – Sala de ensayo | | |
| P108 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. |
| Escena 49 – Centro cultural El Averno | | |
| P109 |  | Plano detalle. Ángulo horizontal. |
| P110 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. |
| Escena 50 - Avenida Emancipación | | |
| P111 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: paneo. |
| P112 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: paneo. |






| | | |
|---------------------------------------|---|--|
| Escena 51 – Jirón Quilca | | |
| P113 |  | Plano general. Ángulo horizontal. |
| P114 |  | Plano general. Ángulo horizontal. |
| Escena 52 – Sala de ensayo | | |
| P115 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. |
| Escena 53 – Centro cultural El Averno | | |
| P116 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>tilt up</i> . |
| P117 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>tilt up</i> . |
| P118 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>tilt up</i> . |

| | |
|---|---|
| <p>Secuencia 8</p> <p>Escena 54 – Centro cultural El Averno</p> | |
| <p>P119</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> <p>Movimiento: <i>tilt up</i>.</p> |
| <p>Escena 55 – Jirón de La Unión</p> | |
| <p>P120</p>  | <p>Plano entero.</p> <p>Movimiento: <i>travelling</i>.</p> |
| <p>P121</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Movimiento: <i>travelling</i>.</p> |
| <p>P122</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo contrapicado.</p> <p>Movimiento: <i>travelling</i>.</p> |
| <p>Escena 56 – Sala de ensayo</p> | |
| <p>P123</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo picado.</p> |

| | | |
|-------------------------------|---|---|
| Escena 57 – Jirón de La Unión | | |
| P124 |  | Primerísimo primer plano. Ángulo horizontal. Movimiento: paneo. |
| P125 |  | Primerísimo primer plano. Ángulo horizontal. Movimiento: paneo. |
| Escena 58 – Sala de ensayo | | |
| P126 |  | Plano medio. Ángulo picado. |
| Escena 59 – Jirón de La Unión | | |
| P127 |  | Plano detalle. Ángulo contrapicado. |
| P128 |  | Plano detalle. Ángulo contrapicado. |
| P129 |  | Plano detalle. Ángulo contrapicado. |

| | | |
|----------------------------|---|---|
| P130 |  | Plano detalle. Ángulo contrapicado. |
| P131 |  | Plano detalle. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>zoom out</i> . |
| P132 |  | Plano detalle. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>zoom out</i> . |
| Escena 60 – Sala de ensayo | | |
| P133 |  | Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>zoom in</i> . |
| P134 |  | Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>zoom out</i> . |
| P135 |  | Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>zoom out</i> . |

| | |
|---|--|
| <p>P136</p>  <p>Escena 61 – Jirón de La Unión</p> | <p>Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>tilt up</i>.</p> |
| <p>P137</p>  <p>Escena 62 – Sala de ensayo</p> | <p>Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| <p>P138</p>  <p>Escena 63 – Jirón de La Unión</p> | <p>Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>zoom out</i>.</p> |
| <p>P139</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>tilt down</i>.</p> |
| <p>P140</p>  <p>Escena 64 – Sala de ensayo</p> | <p>Plano detalle. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| <p>P141</p>  | <p>Plano medio. Ángulo picado.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>Secuencia 9</p> <p>Escena 65 – Sala de ensayo</p> <p>P142</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo picado.</p> <p>Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| <p>Escena 66 – Jirón de La Unión</p> <p>P143</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> <p>Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento.</p> |
| <p>Escena 67 – Sala de ensayo</p> <p>P144</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo picado.</p> <p>Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento.</p> |
| <p>Escena 68 – Jirón de La Unión</p> <p>P145</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> <p>Movimiento: <i>travelling</i> de acompañamiento.</p> |
| <p>Escena 69 – Sala de ensayo</p> <p>P146</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo picado.</p> <p>Movimiento: <i>barrido</i>.</p> |

Secuencia 10

Escena 70 – Sala de ensayo

P147



Plano medio.

Ángulo picado.

Movimiento: *tilt down*.

Escena 71 – Centro cultural El Averno

P148



Plano medio.

Ángulo contrapicado.

Movimiento: *travelling*.

Escena 72 – Sala de ensayo

P149



Plano medio.

Ángulo picado.

P150



Plano detalle.

Ángulo contrapicado.

Movimiento: barrido.

P151



Plano medio.

Ángulo horizontal.

P152



Escena 73 – Centro cultural El Averno

P153



P154



Escena 74 – Sala de ensayo

P155



Escena 75 – Centro cultural El Averno

P156



P157



Plano detalle.

Ángulo picado.

Movimiento: barrido.

Plano detalle.

Ángulo contrapicado.

Movimiento: *tilt up*.

Plano detalle.

Ángulo contrapicado.

Movimiento: *tilt up*.

Plano medio.







Ángulo horizontal.

Plano americano.

Ángulo horizontal.

Plano americano.

Ángulo horizontal.

| | | |
|---------------------------------------|---|---|
| P158 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. |
| P159 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. |
| P160 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. |
| Escena 76 – Sala de ensayo | | |
| P161 |  | Plano medio. Ángulo picado. |
| Escena 77 – Centro cultural El Averno | | |
| P162 |  | Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> . |
| Escena 78 – Sala de ensayo | | |
| P163 |  | Plano medio. Ángulo picado. |

Escena 79 – Sala de ensayo

P164



Plano entero.

Ángulo contrapicado.

P165



Plano conjunto.

Ángulo horizontal.

Movimiento: *travelling*.

Escena 80 – Sala de ensayo

P166



Plano medio.

Ángulo contrapicado.

P167



Plano detalle.

Ángulo horizontal.

Movimiento: barrido.

Escena 81 – Jirón de La Unión

P168



Plano medio.

Ángulo horizontal.

P14



Tercer código gráfico
(00:26)

P15



Cuarto código gráfico
(00:41)

P34



Quinto código gráfico
(00:42)

P35



Sexto código gráfico
(00:43)

P36



P15: Un buen reloj

Código no diegético que contrasta una bebida popular con la aspiración a pertenecer a una clase social distinta.

P34, P35, P36, P37: Llamado Perú

Código no diegético reforzando el nombre del país con los colores de la bandera.

Séptimo código gráfico
(00:44)

P37



Octavo código gráfico
(01:13)

P68



Noveno código gráfico
(01:34)

P79



Décimo código gráfico
(01:59)

P103



P68, P79: Solo de teclado

En la puerta aparece un código gráfico diegético con la frase silencio haciendo referencia a que muchas voces son calladas, el cual, es reemplazado por un solo de teclado.

P103: No importa el camino, todos van a llegar a la cima, felicidad

El código diegético hace referencia a los provincianos que migran a la ciudad de Lima en busca de una mejor calidad de vida. Esto hace énfasis mostrando una caseta de la Municipalidad de Lima.

Décimo primer código gráfico
(02:10)

P111



Décimo segundo código gráfico
(02:11)

P112



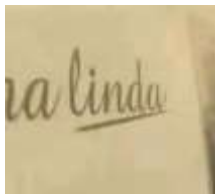
Décimo tercer código gráfico
(02:20)

P121



Décimo cuarto código gráfico
(02:20)

P122



P111, P112

El código gráfico diegético resalta al vocalista en una caseta de policía de tránsito, en el que “Cachuca” utiliza las señas de tránsito, el cual, transmite el poco respeto que se le tiene a la autoridad en el país.

P121, P122

Sobre un banner aparece un código diegético “Lima linda” contrastando una Lima desordenada y caótica que el videoclip muestra.

| Códigos sintácticos o del montaje | |
|--|--|
|       | <p>Montaje ideológico</p> <p>Describe al Perú como un país que resurge de gobiernos dictatoriales. La banda simboliza este problema con grafitis de miradas simbolizando a las miradas de personas pasivas dentro de una ciudad caótica y desordenada.</p> <p>La banda resalta la importancia del banco haciendo un <i>zoom</i> en las siglas del banco debido a la importancia del dinero en el país.</p> <p>En estos planos encontramos las prendas de vestir, en este caso, son agrupaciones de rock, <i>punk</i> y <i>underground</i> peruanas y extranjeras. En el video resalta esta movida musical que tiene la población frente a lo que pasa en el país. Que muchas veces funciona como refugio u oposición de lo que está pasando en la ciudad o en el Perú.</p> |



El videoclip resalta a este cráneo de calavera en un altar simbolizando las metas y la muerte.



Los Mojarras enfatizan al anciano ambulante ofreciendo productos para la sociedad y con el dinero que obtenga lo usará en alimentos y medicinas.



En este plano resalta a “Cachuca” en un balcón simbolizando a las personas que asoman sus miradas, para ver a la gente pasar como es el caso del plano de la mujer con una cartera, además, de la llamada de atención que tienen con el resto de la sociedad, la mano del vocalista de Los Mojarras.



Los Mojarras comparan un perro callejero con la población. Ambos luchan por encontrar una mejor calidad de vida.



Este plano representa a unos jóvenes trabajadores de un restaurante felices de tener un trabajo y poder solventarse sus gastos por las labores que desarrollan.



La mirada de Albert Einstein simboliza la mirada de la sociedad frente al paso del tiempo representado por un reloj.



Los Mojarras simbolizan como las personas buscar superarse frente a los demás y que hay veces que no se puede salir victorioso y hace una burla poniendo una transición de una ambulancia.





En este plano se ubica la palabra silencio. La banda reemplaza las voces que son calladas en el país por un solo de teclado.



Se observa un televisor con un trasero de maniquí. Esto simboliza la televisión peruana. En aquellos años aparecieron *vedettes* causando un *boom* para la televisión nacional. En los siguientes planos encontramos una escalera, una serpiente con una manzana en la boca y un crucifijo con un torso de una mujer desnuda y ensangrentada. Todo esto representa el ascenso de un hombre, en este caso, el hombre quiere alcanzar sus metas, una de estas es dinero o poder. En el que hará cualquier cosa para alcanzarlo, como la desobediencia (serpiente y la manzana, que simboliza Adán y Eva) o maltratar su cuerpo por fama (crucifijo con un torso de una mujer desnuda y ensangrentada).





En estos planos, el videoclip representa a personajes famosos en las portadas de las revistas simbolizando la fama como un poder de felicidad.

Este plano representa el obstáculo que dejó el mandato de Fujimori, sin embargo, la población lucha contra esta problemática para llegar a la felicidad, como lo muestra el plano siguiente (persona sonriendo).



La agrupación peruana destaca que la educación en el país es una de las vías que tienen las personas para alcanzar el éxito.



En este plano muestra a “Cachuca” recorriendo las calles de Lima en búsqueda de grandeza y libertad. En este caso, simboliza un grafiti de un águila.



En este plano tenemos una pintura de una mujer. La agrupación da entender que la población adquiere nuevos cambios por fuera, la pintura, sin embargo, su forma de ser sigue manteniéndose, vocalista extendiendo las manos.

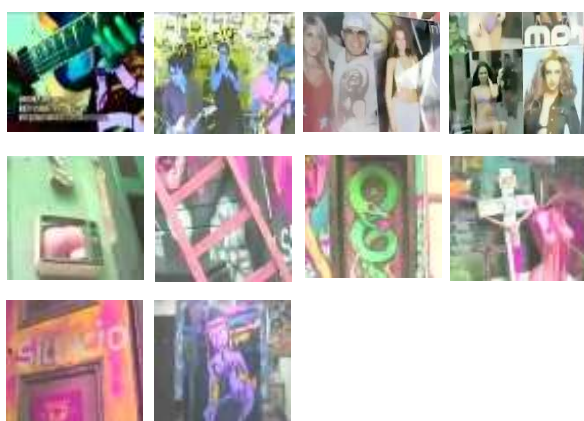




La banda contrasta una imagen de una ciudad ordenada con la realidad limeña, es decir, una ciudad desordenada, pero con ganas de salir adelante.



En este plano se ubica a Jesús crucificado y con alfileres haciendo referencia a las creencias de un ciudadano de provincia.



Montaje métrico

“Triciclo Perú” utiliza este tipo de montaje para armonizar la canción con los planos y transiciones.

El videoclip armoniza el inicio de la canción con planos largos de la banda tocando. En este caso, un plano de guitarra o el conjunto de la banda en una sala de ensayo.

Por otro lado, emplean planos cortos enfatizando parte de la canción, en este caso, están las portadas de revistas, sin embargo, la banda utiliza dichos planos cortos para que vaya acorde con el ritmo de la canción. En este caso, los últimos seis planos van al mismo ritmo que el solo de teclado.

| Análisis de la representación | |
|---|--|
| Escenarios | |
|  | <p>Jirón de La Unión</p> <p>Actualmente es uno de los Jirones más concurridos de la capital. Donde se encuentra el comercio formal y el comercio ambulatorio.</p> |
|  | <p>Jirón Quilca tienda de rock</p> <p>Sitio donde venden productos como: discos, parches para la ropa o entradas de conciertos locales para los jóvenes y adultos.</p> |
|  | <p>Jirón Quilca tienda de ropa</p> <p>Tienda de ropa cómoda accesible para la población.</p> |
|  | <p>Exterior ascensor</p> <p>Lugar usado para subir y bajar de piso. En este caso, Los Mojarras lo usaron para subir al balcón.</p> |
|  | <p>Jirón de La Unión balcón</p> <p>Espacio donde se ubica “Cachuca”, el cual, sirve para mirar lo que pasa en Jirón de La Unión.</p> |



Jirón de La Unión restaurante

Área donde las personas se van a comer y pasarla bien.



Poster

Cartel que sirve para decorar una habitación o mostrar una ideología.



Sala de ensayo

Espacio donde Los Mojarras ensayan las canciones. Este lugar se empleó en varios planos.



Jirón Quilca tienda de libros

Antiguamente este Jirón era conocido por tener un *Boulevard* de la Cultura donde vendían libros. Actualmente, este *Boulevard* ya no existe por temas legales.



Centro cultural El Averno

Sitio donde se reunían los jóvenes para presenciar distintas actividades culturales. Actualmente, el lugar está cerrado por la municipalidad.



Jirón de La Unión quiosco de revistas
Sitio donde venden revistas y periódicos.
Lugar muy usado en la población,
personas de a pie se detienen a observar
las noticias en estos espacios.



Avenida Emancipación
Avenida de uso comercial y de mucho
tránsito automovilístico.



Jirón Quilca tienda de libros académicos
Lugar donde venden libros para
estudiantes de colegios y universitarios.



Jirón Quilca
Antiguamente era un jirón cultural donde
vendían libros y discos. Actualmente
muchas tiendas han desaparecido por la
sustitución del internet.

Iluminación y color



La iluminación empleada en el plano de la guitarra es artificial. Comprende por una luz principal y se usó un color psicológico usando un filtro de color de manera digital. Esto hace que el espectador sienta psicodelia del color empleado en el solo de guitarra.



El tipo de luz empleado en esta escena es una luz natural de una tarde limeña combinado por algunos faros de luces artificiales. En este plano predomina la luz principal interpretando el día a día de un ciudadano en la capital.



La iluminación empleada es artificial “suave” destacando a la banda por una combinación de colores psicológicos destacando las emociones de la banda realizada a computadora.



Los Mojarras usaron esta iluminación “dura” artificial amarilla para destacar los gestos de las personas en el videoclip.



La iluminación usada es artificial alta y la luz principal es blanca. La banda destacó accesorios de una tienda de rock.



Los Mojarras utilizaron esta luz “dura” principal blanca para destacar el cráneo de una calavera de una tienda de ropa. Además, resaltaron este cráneo usando un color simbólico destacando la muerte.








La banda empleó esta luz principal “dura” que enfatiza la salida del ascensor de cada integrante.



La iluminación empleada es luz blanca principal. Además, usaron un filtro colores psicológicos hechos a computadora destacando las manos del tecladista de la banda y las teclas del teclado.



Se aplicó luz natural “dura” para destacar los objetos de la mesa.

|   | <p>Luz principal blanca “dura” usado en la sala de ensayo destacando a cada integrante de la banda.</p> <p>Luz de separación “dura” destacando a “Cachuca” de las demás personas. Por otro lado, usaron un filtro de color simbólico que resalta la intimidad del país.</p> |
|--|--|
| Contenido del encuadre | |
| <p>Existentes</p>    | <p>Hernán Condori “Cachuca” Vocalista y compositor de la banda Los Mojarras. Es uno de los personajes principales del videoclip.</p> <p>Los Mojarras Banda de rock fusión peruano. Aparecen en el videoclip desplazándose por las calles de Lima.</p> <p>Ambulante de golosinas Sujeto que representa a ambulantes de edad trabajando para solventar sus gastos.</p> |



Vecino

Personificado por Condori, es una persona que mira y critica desde su balcón.



Peatona

Persona que lucha en superarse como todo ciudadano en la capital.



Peatones

Conjunto de individuos que salen en busca de una mejor calidad de vida.



Perro callejero

Can abandonado por sus dueños e ignorado por la sociedad.



Jóvenes trabajadores un restaurante

Personas con ánimos de mejorar, pese a que el país este destruido por la corrupción.

| | |
|--|---|
|   | <p>Famosos de revista</p> <p>Personas populares que llaman la atención de todos. En la mayoría de los casos, son modelos a seguir por la sociedad.</p> <p>Jorge Acosta</p> <p>Fundador del Centro cultural El Averno. Local donde se presentaban bandas en vivo con el fin de ver el lado positivo del país.</p> |
| <p>Interpretación</p>    | <p>Secuencia 1 (P1 – P12)</p> <p>Esta secuencia contextualiza la introducción de la canción marcando un solo de guitarra resaltando las calles de Lima con primeros planos. Dichos planos son acompañados por cortes marcados por la batería.</p> <p>Secuencia 2 (P13 – P34)</p> <p>Ambienta a una Lima gris y amical donde el protagonista “Cachuca” interactúa con el público. En esta secuencia sobresale el teclado de fondo dando a entender la armonía de la banda con el público.</p> |



Secuencia 3 (P35 – P49)

Esta secuencia repite la misma armonía de la introducción. Los cortes son más rápidos y el tiempo entre cada corte es reducido, por lo que se muestra una serie mayor de planos manifestando que en Lima hay mayor diversidad.

Secuencia 4 (P50 – P66)

Se usó planos repetitivos, es decir, emplearon el mismo plano, pero haciendo pequeños cortes. Agregan otra estrofa en el que resaltan en el videoclip imágenes de Albert Einstein, un reloj, Bruce Lee peleando y banners publicitarios de la Municipalidad de Lima mostrando a la capital como una ciudad segura y moderna contrastando los mensajes de la Municipalidad con planos de calles limeñas.



Secuencia 5 (P67 – P79)

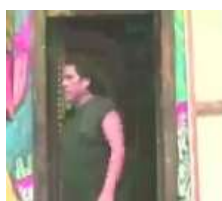
Los Mojarras usaron un puente musical resaltando al teclado empleando un efecto de sonido de un teclado tropical. Este ritmo acompaña al videoclip con tomas de la banda tocando, planos detalles del tecladista ejecutando el instrumento y parte de la banda caminando por las calles de Lima. Por otro lado, en esta secuencia la banda resalta a los maniquís como si fuesen *vedettes*, el cual empleaban su cuerpo para captar miradas del televidente.

Secuencia 6 (P80 – P84)

La agrupación en esta secuencia empleó movimientos vertiginosos producidos por el acompañamiento del teclado en la guitarra eléctrica. Además, se usaron planos de la banda tocando y caminando por las calles de Lima.

Secuencia 7 (P85 – P118)

Para esta secuencia Los Mojarras utilizaron la repetición de portadas de revistas simbolizando la fama como una cima que todos quieren llegar. Asimismo, tanto en el video musical como en la letra



de la canción destacaron la dictadura fujimorista como un obstáculo que impedía progresar a los peruanos, sin embargo, la banda enfatiza que la educación es la solución para progresar en el país.

Secuencia 8 (P119 – P141)

La banda llega a la cima de la canción con el estribillo en el que toman parte del vals peruano “Alma, corazón y vida”. Por otro lado, los planos utilizados son cortos resaltando en esta secuencia los banners de Lima como una ciudad moderna y es contrastada con un reciclador de basura.

Secuencia 9 (P142 – P146)


En esta secuencia emplean el uso de cámara rápida en planos de la banda caminando por la calle. Estos planos son repetitivos con los planos de la secuencia 6 representando el mismo solo de guitarra, pero esta vez en un puente musical.





Secuencia 10 (P147 – 169)

Secuencia que refuerza la idea de felicidad de la secuencia 7. Resalta la importancia de la banda utilizando planos largos de la banda tocando, planos cortos repetitivos de “Cachucha” y de un crucifijo resaltando la iluminación de la persona. Finalmente, el videoclip termina con una afirmación del país destacando que, aunque existan muchos problemas, la población seguirá queriendo al país.


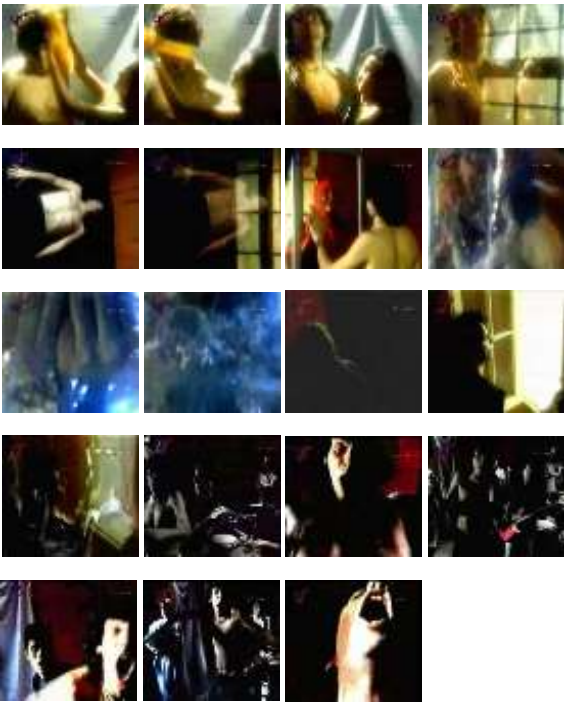
PLANTILLA ANALÍTICA

| Análisis – “Más poder” de La Sarita | |
|-------------------------------------|---|
| Segmentación | <p>El videoclip “Más poder” de La Sarita cuenta con:</p> <p>15 secuencias.</p> <p>70 escenas.</p> <p>128 planos.</p> |
| Estructura | <p>Secuencia 1 Intro (00:00 – 00:21)</p>  |







| | |
|---|---|
|  | <p>Secuencia 2 Estrofa I (00:21 – 00:39)</p> <p>En los estudios siempre el primero Todos morían por mis cuadernos Yo los prestaba a quien elegía Ese debía darme pleitesía Grande era mi contento Al ver sus lenguas lamiéndome el trasero Enorme era mi alegría Eso me daba mucho placer</p> |
|  | <p>Secuencia 3 Pre-estribillo I (00:39 – 00:48)</p> <p>Y aluciné, aluciné, aluciné que tenía poder Y más poder, y más poder, aluciné que tenía poder</p> |
|  | <p>Secuencia 4 Estribillo I (00:48 – 00:58)</p> <p>Y aluciné, aluciné, aluciné que tenía poder Y más poder, y más poder, aluciné que tenía</p> |








| | |
|---|---|
|  | <p>Secuencia 5 Estrofa II (00:58 – 01:15)</p> <p>He destruido a mis enemigos A mis amigos los he follado Los cargos doy por anticipado Las moscas llegan comen caca de mi mano negra por todos lados estoy con todos y a la vez estoy con Nadie juega con mis pelotas Porque yo tengo todo el poder</p> |
|  | <p>Secuencia 6 Pre-estribillo I (01:15 – 01:24)</p> <p>Y aluciné, aluciné, aluciné que tenía poder Y más poder, y más poder, aluciné que tenía poder</p> |
|  | <p>Secuencia 7 Estribillo I (01:24 – 01:33)</p> <p>Y aluciné, aluciné, aluciné que tenía poder Y más poder, y más poder, aluciné que tenía poder</p> |








| | |
|---|---|
|  | <p>Secuencia 8 Estribillo I (01:33 – 01:44)</p> <p>Y aluciné, aluciné, aluciné que tenía poder Y más poder, y más poder, aluciné que tenía poder</p> |
|  | <p>Secuencia 9 Estrofa III (01:44 – 02:03)</p> <p>Un rayito de sol fue el que me señaló Un dragón militar fue el que me alimentó Un aliado real su riqueza ofreció Es el cuento ideal de mi poder</p> |
|  | <p>Secuencia 10 Estribillo I (02:03 – 02:13)</p> <p>Y aluciné, aluciné, aluciné que tenía poder Y más poder, y más poder, aluciné que tenía poder</p> |







| | |
|---|--|
|  | <p>Secuencia 11 Estribillo II (02:13 – 02:27)</p> <p>Y engordé, engordé de tragarme el poder Y reventé, reventé de tragarme el poder</p> |
|  | <p>Secuencia 12 Puente musical II (02:27 – 03:18)</p> <p>Tengo todo el poder Todo el poder Tengo todo el poder Todo el poder Tengo todo el poder Todo el poder Tengo todo el poder</p> |






| | |
|---|--|
|  | <p>Secuencia 13 Estribillo I (03:18 – 03:28)</p> <p>Y aluciné, aluciné, aluciné que tenía poder Y más poder, y más poder, aluciné que tenía poder</p> |
|  | <p>Secuencia 14 Estribillo I (03:28 – 03:38)</p> <p>Y aluciné, aluciné, aluciné que tenía poder Y más poder, y más poder, aluciné que tenía poder</p> |
|  | <p>Secuencia 15 Estribillo IV - desenlace (03:38 – 04:15)</p> <p>Que tenía poder Que tenía poder Que tenía poder Que tenía poder ¡Poder!</p> |

| Análisis videográfico | |
|---|---|
| Código visual | Plano - ángulo - movimiento: |
| <p>Secuencia 1</p> <p>Escena 1 – Imágenes de archivo</p> | |
| <p>P1</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> |
| <p>P2</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> |
| <p>P3</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo picado.</p> |
| <p>P4</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo contrapicado.</p> |
| <p>P5</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> |
| <p>P6</p>  | <p>Primer plano.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> |

| | | |
|-----|---|--|
| P7 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |
| P8 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |
| P9 |  | Primer plano. Ángulo horizontal. |
| P10 |  | Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>zoom in</i> . |
| P11 |  | Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>zoom in</i> . |
| P12 |  | Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>zoom in</i> . |
| P13 |  | Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>zoom in</i> . |

| | | |
|-----|---|--|
| P14 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |
| P15 |  | Primer plano. Ángulo horizontal. |
| P16 |  | Plano medio. Ángulo contrapicado. |
| P17 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: paneo. |
| P18 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |
| P19 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |
| P20 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |

| | | |
|---------------------------|---|--|
| P21 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |
| P22 |  | Primer plano. Ángulo horizontal. |
| P23 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>zoom out</i> . |
| Escena 2 – Habitación | | |
| P24 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>tilt down</i> . |
| Escena 3 – Podio de mando | | |
| P25 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |
| Escena 4 – Espejo | | |
| P26 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |

| | |
|--|---|
| <p>P27</p>  | <p>Plano medio. Ángulo horizontal.</p> |
| <p>Escena 5 – Televisor</p> | |
| <p>P28</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo aberrante.</p> |
| <p>P29</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo aberrante. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>Escena 6 – Bosque</p> | |
| <p>P30</p>  | <p>Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>tilt up</i>.</p> |
| <p>Secuencia 2</p> | |
| <p>Escena 7 – Bosque</p> | |
| <p>P31</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo horizontal.</p> |

Escena 8 – Salón griego

P32



Plano medio.
Ángulo horizontal.
Movimiento: *travelling*.

Escena 9 – Cárcel

P33



Plano medio.
Ángulo horizontal.
Movimiento: *travelling*.

Escena 10 – Televisor

P34



Plano detalle.
Ángulo aberrante.
Movimiento: *zoom out*.

Escena 11 – Cárcel

P35



Plano medio.
Ángulo horizontal.
Movimiento: *travelling*.

Escena 12 – Televisor

P36



Plano detalle.
Ángulo horizontal.
Movimiento: *zoom out*.

Secuencia 3

Escena 13 – Cárcel

P37



Plano medio.

Ángulo horizontal.

Escena 14 – Televisor

P38



Plano detalle.

Ángulo horizontal.

Movimiento: *zoom out*.

Escena 15 – Lupa

P39



Primerísimo primer plano.

Ángulo contrapicado.

P40



Plano detalle.

Ángulo picado.






Escena 16 – Espejo






P41






Plano medio.

Ángulo horizontal.

| | |
|---|--|
| <p>P42</p>  | <p>Plano medio. Ángulo horizontal.</p> |
| <p>Secuencia 4 Escena 17 – Certamen de belleza</p> <p>P43</p>  | <p>Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| <p>Escena 18 – Sala de ensayo</p> <p>P44</p>  | <p>Plano general. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>tilt up</i>.</p> |
| <p>Escena 19 – Habitación</p> <p>P45</p>  | <p>Plano medio. Ángulo picado.</p> |
| <p>Escena 20 – Imágenes de archivo</p> <p>P46</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |

| | |
|---|--|
| <p>Escena 21 – Habitación amarilla</p> <p>P47</p>  <p>Secuencia 5</p> <p>Escena 22 – Habitación amarilla</p> <p>P48</p>  <p>Escena 23 – Reino</p> <p>P49</p>  <p>Escena 24 – Sala de ensayo</p> <p>P50</p>  <p>Escena 25 – Televisor</p> <p>P51</p>  | <p>Primer plano. Ángulo horizontal.</p> <p>Plano medio. Ángulo horizontal.</p> <p>Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> <p>Plano entero. Ángulo horizontal.</p> <p>Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
|---|--|

| | |
|--|--|
| <p>Escena 26 – Sala de ensayo</p> <p>P52</p>  <p>Secuencia 6</p> <p>Escena 27 – Televisor</p> <p>P53</p>  <p>Escena 28 – Sala de ensayo</p> <p>P54</p>  <p>Escena 29 – Televisor</p> <p>P55</p>  <p>Secuencia 7</p> <p>Escena 30 – Sala de ensayo</p> <p>P56</p>  | <p>Plano general. Ángulo horizontal.</p> <p>Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>zoom out</i>.</p> <p>Plano general. Ángulo horizontal.</p> <p>Plano detalle. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>zoom out</i>.</p> <p>Plano general. Ángulo horizontal.</p> |
|--|--|

Escena 31 – Mazmorra

P57



Plano medio.
Ángulo picado.

P58



Primer plano.
Ángulo horizontal.

Escena 32 – Escuela militar

P59



Plano medio.
Ángulo horizontal.
Movimiento: *zoom in*.

Secuencia 8

Escena 33 – Habitación roja

P60




Plano medio.
Ángulo horizontal.
Movimiento: *paneo*.







Escena 34 – Espejo

P61














Plano medio.
Ángulo horizontal.







| | |
|--|--|
| <p>P62</p>  <p>Escena 35 – Habitación roja</p> | <p>Primer plano. Ángulo horizontal.</p> |
| <p>P63</p>  <p>Escena 36 – Casa</p> | <p>Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| <p>P64</p>  <p>Secuencia 9 Escena 37 – Reino</p> | <p>Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>P65</p>  <p>Escena 38 – Sala de ensayo</p> | <p>Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| <p>P66</p>  | <p>Plano general. Ángulo picado. Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |






| | |
|--|---|
| <p>P67</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>zoom out</i>.</p> |
| <p>Secuencia 10 Escena 39 – Sala de ensayo</p> | |
| <p>P68</p>  | <p>Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>Escena 40 – Espejo</p> | |
| <p>P69</p>  | <p>Plano medio. Ángulo horizontal.</p> |
| <p>P70</p>  | <p>Plano general. Ángulo horizontal.</p> |
| <p>P71</p>  | <p>Primer plano. Ángulo horizontal.</p> |
| <p>Escena 41 – Sala de ensayo</p> | |
| <p>P72</p>  | <p>Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>zoom out</i>.</p> |







| | |
|---|--|
| <p>P73</p>  <p>Escena 42 – Habitación blanca</p> | <p>Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>zoom out</i>.</p> |
| <p>P74</p>  <p>Escena 43 – Habitación oscura</p> | <p>Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>zoom out</i>.</p> |
| <p>P75</p>  <p>Escena 44 – Habitación roja</p> | <p>Primer plano. Ángulo aberrante.</p> |
| <p>P76</p>  | <p>Plano americano. Ángulo aberrante. Movimiento: <i>zoom out</i>.</p> |
| <p>P77</p>  | <p>Plano medio. Ángulo aberrante. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>P78</p>  | <p>Plano detalle. Ángulo aberrante. Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |




| | |
|--|---|
| <p>Secuencia 11</p> <p>Escena 45 – Espejo</p> <p>P79</p>  | <p>Primer plano.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> <p>Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
| <p>Escena 46 – Concierto</p> <p>P80</p>  | <p>Primer plano.</p> <p>Ángulo aberrante.</p> |
| <p>Escena 47 – Habitación amarilla</p> <p>P81</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo contrapicado.</p> |
| <p>Escena 48 - Habitación amarilla</p> <p>P82</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo aberrante.</p> |
| <p>Escena 49 – Habitación oscura</p> <p>P83</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo aberrante.</p> |






| | | |
|---------------------------------|---|-----------------------------------|
| P84 |  | Plano medio. Ángulo aberrante. |
| P85 |  | Plano medio. Ángulo aberrante. |
| Escena 50 – Habitación amarilla | | |
| P86 |  | Plano medio. Ángulo aberrante. |
| Escena 51 – Habitación oscura | | |
| P87 |  | Plano medio. Ángulo aberrante. |
| P88 |  | Plano medio. Ángulo aberrante. |
| P89 |  | Plano medio. Ángulo aberrante. |

| | | |
|---------------------------------|---|-----------------------------------|
| P90 |  | Plano medio. Ángulo aberrante. |
| P91 |  | Plano medio. Ángulo aberrante. |
| Escena 52 – Habitación amarilla | | |
| P92 |  | Plano medio. Ángulo aberrante. |
| Escena 53 – Habitación oscura | | |
| P93 |  | Plano medio. Ángulo aberrante. |
| P94 |  | Plano medio. Ángulo aberrante. |
| P95 |  | Plano medio. Ángulo aberrante. |

| | |
|---|---|
| <p>Secuencia 12</p> <p>Escena 54 – Habitación blanca</p> | |
| <p>P96</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> <p>Movimiento: paneo.</p> |
| <p>P97</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> <p>Movimiento: paneo.</p> |
| <p>P98</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> <p>Movimiento: paneo.</p> |
| <p>Escena 55 – Habitación</p> | |
| <p>P99</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo picado.</p> <p>Movimiento: paneo.</p> |
| <p>P100</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> <p>Movimiento: paneo.</p> |

| | | |
|------------------------|---|---|
| Escena 56 – Agua | | |
| P101 |  | Plano detalle. Ángulo horizontal. |
| Escena 57 – Habitación | | |
| P102 |  | Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>travelling</i> . |
| P103 |  | Plano medio. Ángulo picado Movimiento: <i>zoom out</i> . |
| Escena 58 – Reino | | |
| P104 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>paneo</i> . |
| P105 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |
| P106 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |

| | | |
|-----------------------|---|---|
| P107 |  | Primer plano. Ángulo horizontal. |
| P108 |  | Plano americano. Ángulo horizontal. Movimiento: <i>travelling</i> . |
| P109 |  | Primer plano. Ángulo horizontal. |
| Secuencia 13 | | |
| Escena 59 – Concierto | | |
| P110 |  | Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>travelling</i> . |
| Secuencia 14 | | |
| Escena 60 – Concierto | | |
| P111 |  | Plano americano. Ángulo aberrante. |

| | |
|---|---|
| <p>Secuencia 15</p> <p>Escena 61 – Concierto</p> | |
| <p>P112</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> |
| <p>P113</p>  | <p>Plano general.</p> <p>Ángulo aberrante.</p> |
| <p>P114</p>  | <p>Plano medio.</p> <p>Ángulo aberrante.</p> <p>Movimiento: <i>zoom out</i>.</p> |
| <p>Escena 62 – Sala de ensayo</p> | |
| <p>P115</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo aberrante.</p> <p>Movimiento: <i>paneo</i>.</p> |
| <p>Escena 63 – Televisor</p> | |
| <p>P116</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo horizontal.</p> <p>Movimiento: <i>zoom out</i>.</p> |

| | |
|-----------------------------|---|
| Escena 64 – Espejo | |
| P117 |  |
| P118 |  |
| Escena 65 – Habitación roja | |
| P119 |  |
| Escena 66 – Casa | |
| P120 |  |
| Escena 67 – Reino | |
| P121 |  |

Plano medio.
Ángulo horizontal.




Primer plano.
Ángulo horizontal.

Plano medio.
Ángulo horizontal.
Movimiento: *paneo*.

Plano medio.
Ángulo picado.
Movimiento: *zoom in*.

Plano medio.
Ángulo horizontal.
Movimiento: *travelling*.

| | | |
|----------------------------|---|---|
| Escena 68 – Sala de ensayo | | |
| P122 |  | Plano general. Ángulo picado. |
| P123 |  | Plano detalle. Ángulo contrapicado. Movimiento: <i>zoom out</i> . |
| P124 |  | Plano medio. Ángulo picado. Movimiento: <i>zoom in</i> . |
| Escena 69 – Espejo | | |
| P125 |  | Plano medio. Ángulo horizontal. |
| P126 |  | Plano general. Ángulo horizontal. |
| P127 |  | Primer plano. Ángulo horizontal. |

| <p>Escena 70 – Sala de ensayo</p> <p>P128</p>  | <p>Plano detalle.</p> <p>Ángulo contrapicado.</p> <p>Movimiento: <i>zoom in</i>.</p> |
|---|--|
| Códigos | |
| <p>Códigos gráficos</p> <p>Primer código gráfico (00:13)</p> <p>P26</p>  <p>Segundo código gráfico (00:14)</p> <p>P27</p>  | <p>P26: Código gráfico diegético con un plano invertido de una mujer dibujando la palabra codicia con un lápiz labial rojo. Esto simboliza a las personas de poder con deseo de riqueza.</p> <p>P27: En este código diegético se ve a la mujer, con un gesto de rechazo al pecado capital.</p> |

Tercer código gráfico
(00:45)

P41



P41: Sobre un vidrio, la mujer dibuja el siguiente código gráfico diegético que vendría siendo otro pecado capital. Al igual que el primer pecado capital, es dibujado con un lápiz labial rojo y de forma invertida la palabra soberbia.

Cuarto código gráfico
(00:47)

P42



P42: La mujer observa a ambos códigos diegéticos dibujados en el vidrio demostrando el rechazo a estos.

Quinto código gráfico
(01:36)

P61



P61: La chica dibuja sobre un vidrio y un lápiz labial rojo, el tercer código gráfico diegético que viene siendo el pecado de la ira.

Sexto código gráfico

(01:38)

P62



P62: La mujer escupe a los códigos diegéticos que están escritos en un vidrio con lápiz labial rojo, simbolizando el repudio a estos pecados capitales.

Séptimo código gráfico

(01:53)

P69



P69: En este código diegético una mujer termina de dibujar con lápiz rojo y sobre un vidrio el cuarto pecado capital, que viene siendo la lujuria.

Octavo código gráfico

(01:55)

P70



P70: En este último código gráfico se encuentran todos los textos diegéticos escritos con lápiz labial rojo en un vidrio a punto de romperse por la mujer que los escribió.

Códigos sintácticos o del montaje



Montaje ideológico

La Sarita describe al Perú como un país dominado por personas de poder que utilizan la corrupción para generar beneficios propios. Al principio, la banda simboliza a personas que han aportado y perjudicado al mundo y hace una comparación a la necesidad del poder de la persona.

La Sarita recalca a diversas personalidades como un dictador buscando “justicia” en las personas. Finalizando esta justicia para propio beneficio o incluso toman parte de la historia de Adán y Eva, simbolizando la manzana como el pecado en el que todos quieren comer para tener la felicidad.

En estos planos La Sarita explica con el montaje ideológico parte de la cárcel simbolizando que el estar en la cárcel es una fiesta. En el país las normas no se cumplen y eso hace que las personas de poder puedan vivir tranquilos así tengan una condena fuerte.



En este plano encontramos a una mujer joven escribiendo cada pecado capital simbolizado por personajes como una reina de belleza, un jefe con una lupa resaltando su poder frente a los trabajadores y el control que tiene las autoridades con las demás personas que simboliza el titiritero.

Otro símbolo que encontramos es la religión. Pese a que las personas realicen acciones egoístas productos de la corrupción usan a la religión como respaldo a sus acciones.



La Sarita utilizó este montaje para simbolizar la espera del poder- En este plano representa una mujer triste, esperando un ascenso de poder para ser feliz. Por otro lado, vemos a un rey descansando, sin embargo, apenas tiene la corona puesta empieza a gobernar. No obstante, la felicidad de poder es momentánea debido a que la conciencia es esclava de estas acciones simbolizada por un esclavo en una mazmorra.

El videoclip representa a la banda tocando la canción representando a cada integrante como: sacerdote, indígena, alférez, político. Autoridades de poder que gobiernan al país.

El video musical simboliza el falso patriotismo de un policía corrupto cobrando sobornos para que dichas personas no vayan a la cárcel.



La Sarita empleó estos planos para representar la suciedad de la persona en respuesta a los actos de corrupción, sin embargo, pese a que ellos se lavan el rostro de corrupción con acciones buenas seguirán teniendo la cara desaseada. Y al verse al espejo como en el tercer plano, se verá como una persona usando el mal para su propio beneficio.

El videoclip enfatiza el poder con el cambio libre al que uno puede tener. En este caso, el joven al tener dinero puede controlar la vida y ver lo que le conviene como si tratase de hacer *zapping* en el televisor.

La banda resalta la acción de la toma del bando naranja, en este caso, hace referencia al gobierno fujimorista. Por otro lado, existe un plano detalle de la boca de una persona simbolizando la labia que emplean las personas para convencer. No obstante,



esta elocuencia puede usarse para enfatizar un problema de la sociedad en el que todos estén de acuerdo y puedan protestar, como se observa en el último plano de un concierto.

Montaje métrico

“Más poder” utiliza este tipo de montaje para armonizar la canción con los planos y transiciones.

El videoclip armoniza el inicio de la canción con planos cortos de famosos a nivel mundial.

No obstante, conforme se va desarrollando la canción se van empleando planos alargados para resaltar a la banda, al igual que planos cortos para simbolizar los pecados capitales escritos por una mujer.

Por otra parte, el videoclip empleó a personajes de poder simbolizando parte de la canción.

| Análisis de la representación | |
|--|--|
| <p>Escenarios</p>      | <p>Imágenes de archivo</p> <p>Imágenes empleadas para resaltar el poder de personajes que han influenciado en el mundo.</p> <p>Podio de mando</p> <p>Lugar donde una se ubica para simbolizar poder.</p> <p>Espejo</p> <p>Sitio donde se empleó mayor parte del videoclip. Usado para escribir los pecados capitales.</p> <p>Televisor</p> <p>Objeto que es usado para captar programas de televisión. Representa la mirada crítica del receptor.</p> <p>Bosque</p> <p>Representa la historia de Adán y Eva. La manzana simboliza al pecado, en este caso, el poder y el bosque a la ciudad.</p> |



Salón griego

Salón donde antiguamente estaban los griegos. Esta sala representaba el poder que tenían ellos, frente a los pobladores que trabajan para las personas de poder.



Cárcel

Lugar donde se encuentra personas que han perjudicado a la sociedad.



Lupa

Objeto que representa ampliación a cosas diminutas. En este caso, contrasta al jefe de los empleados.



Certamen de belleza

Concurso que define las habilidades de las participantes.



Habitación amarilla

Cuarto que simboliza el dominio de una autoridad frente a la sociedad.



Reino

Lugar usado para gobernar a la población.



Sala de ensayo

Espacio de reunión que La Sarita utilizó para tocar “Más poder”. Se empleó en varios planos.



Mazmorra

Sitio que La Sarita simboliza el encierro de la conciencia.



Escuela militar

Espacio donde los estudiantes van a formarse para servir al país.



Habitación roja

Usado para representar el placer del patriotismo y la coima de un policía



Casa

Lugar empleado para descansar y trabajar.



Habitación blanca

Sitio que simboliza la grandeza de ambas personas frente a la sociedad.



Habitación oscura

Lugar misterioso donde se encuentran personas corrompidas abusando de su cargo a las demás personas.








Habitación

La Sarita representa este lugar como un cuarto privado donde uno puede meditar y encontrar su interior.



Agua

Sustancia que sirve para lavarse. La Sarita representa al agua como un objeto puro para limpiar la suciedad de la persona.

| | |
|--|--|
|  | <p>Concierto</p> <p>Actuación musical del artista con el público. El videoclip destaca este escenario por la interacción que tiene la banda con sus seguidores.</p> |
| <p>Iluminación y color</p>     | <p>La iluminación empleada en el plano de la procesión del vocalista es luz artificial “dura”. Además, se utilizó un filtro de color simbólico resaltando el poder del vocalista.</p> <p>Este plano utilizó luz de separación para resaltar la facción de los gestos de la persona y separar del fondo causando misterio.</p> <p>La luz usada en el plano del espejo es luz de relleno destacando todos los objetos del plano. Además, se usó el color simbólico para contrastar el color rojo.</p> <p>Se empleó luz “dura” para destacar el rostro del cantante de La Sarita de los demás objetos resaltando la seguridad del cantante.</p> |



Para este plano se usó luz de separación para separar a las personas de atrás con las de adelante.



El sujeto es separado por una luz de separación destacando la importancia de un griego a la del fondo.



Se empleó una luz de separación para resaltar al sujeto y objeto del fondo, además, del color simbólico que resume el acto de la desobediencia.



El tipo de luz empleado es una luz principal “dura” en donde resalta la lupa simbolizando la observación del personaje principal hacia los demás.



El video musical empleó luz de separación destacando el gesto de la reina de belleza del plano.



La Sarita utilizó la luz de separación resaltando a Sarita Colonia de la banda. Además, emplearon un color emotivo verde en el que se simboliza al dinero.



Este plano destaca parte de la cara de un estudiante utilizando una luz principal “dura” para destacar la boca simbolizando una llamada de atención.



El videoclip empleó luz “dura” resaltando a las personas siendo manipuladas por un titiritero misterioso.



El director del videoclip enfatizó a la reina con una luz blanca “dura” que resalta parte del rostro simbolizando la espera de ascender al poder.



El tipo de luz para La Sarita es luz de separación. Separando al vocalista de los demás miembros de la banda causando misterio en los integrantes de la agrupación.



Luz blanca con filtro de color azul simbolizando en la audiencia un factor psicológico como es el misterio.



El video musical utilizó luz blanca “dura” principal resaltando parte de la cara de la persona, simbolizando una salida hacia un problema.








“Más poder” usó luz blanca “dura” resaltando al personaje de las manos simbolizando la persecución del mal.



El videoclip empleó luz artificial blanca “dura” destacando el cabello y corona del rey representando el poder.



La Sarita simboliza al cielo con una luz blanca “dura” representando al cielo como el logro más importante.

|     | <p>La iluminación empleada es artificial “dura” destacando a la pareja por una luz principal amarillenta en el pecho del chico.</p> <p>La banda empleo una luz de separación juntando al diablo y al hombre separando el fondo de la habitación destacando la acción del mal sobre la persona.</p> <p>“Más poder” utilizó luz blanca con filtro azul hecho a computadora simbolizando el agua como pureza.</p> <p>El video musical empleó luz blanca resaltando la percusión que fue empleado para la canción.</p> |
|---|--|
| Contenido del encuadre | |
| <p>Existentes</p>  | <p>Julio Pérez</p> <p>Vocalista y compositor de La Sarita. Es el personaje principal del videoclip.</p> |



La Sarita

Banda de rock fusión peruano. Aparecen en casi todo el video ejecutando la canción en la cárcel y en la sala de ensayo.



Mujer

Representa a los jóvenes del país repudiando los pecados capitales.



Marilyn Monroe – Personaje de poder

Simboliza una persona exitosa.



Dictador

Personifica a una persona que lucha por el bien común, sin embargo, usa ese bien para beneficio propio.



Griego

Simboliza el poder que tuvieron los griegos en el mundo.



Adán

Persona que desobedeció a Jesús por comer el fruto prohibido.



Estudiantes

Conjunto de personas que pelean entre sí para ver quien tiene más poder de ese grupo.



Trabajadores

Grupo de personas maltratadas por el abuso de poder.



Reina de belleza

Mujer con ambición de poder.



Universitario

Simboliza el rechazo de la sociedad a las autoridades.



Titiritero

Personifica a los jefes que manipulan a los demás por tener más dominio.



Reina

Autoridad que influye a la sociedad. Sin embargo, en este caso, su codicia por el reino es más que influir a la humanidad.



Estudiante militar

Sujeto instruido por leyes militares. Esto hace una referencia a las personas que trabajan en una empresa y reciben órdenes de los jefes, en este caso, de los superiores.



Esclavo

Personaje que simboliza la sumisión de la conciencia por el mando.



Policía corrupto

Simboliza al policía peruano que usa su profesión a cambio de unos soles.



Ama de casa

Representa a las trabajadoras del hogar peruano en el que muchas veces son maltratadas por los dueños de casa donde ellas trabajan.



Rey

Autoridad que trabaja para la sociedad, sin embargo, el videoclip destaca al rey como una persona ambiciosa por el reino.



Pareja

Personifica a la unión de la persona y el poder.



Hombre de barro

Representa a la suciedad de la deshonestidad de los que ejercen mandatos en la sociedad.



Indígena

Representante de una comunidad donde asume la responsabilidad del cuidado de los demás.



Sacerdote

Persona que ejerce la religión como profesión. Sin embargo, en algunos casos suelen usar la creencia para el lucro propio.



Alférez

Militar superior que se rige a las normas del teniente. No obstante, usa su poder para mandar a cadetes.



Joven de poder

Sujeto que hace referencia a una sociedad adinerada que controla al país a base de dinero.








Político

Persona que influye a la sociedad y vela por los problemas del país. No obstante, en el Perú usan este beneficio para uso propio. Dicho personaje emplea los gestos de Alan García.



Público de concierto

Conjunto de personas que asisten a actuaciones de la banda.

| | |
|--|--|
|  | <p>Diablo</p> <p>Representa a los pecados capitales y personifica al protagonista del video por deseo de poder.</p> |
| <p>Interpretación</p>     | <p>Secuencia 1 (P1 – P30)</p> <p>Esta secuencia adapta la introducción de la canción resaltando el solo de guitarra, seguido de un ritmo tropical destacando distintos personajes del país usando planos detalles y planos medios mostrando el poder que tienen para el resto de las personas.</p> <p>Secuencia 2 (P31 – P36)</p> <p>El videoclip narra la historia de una persona destacada por ser el primero en el colegio. Sin embargo, usa esta habilidad para beneficio propio como pedir recompensas a cambio de favores. En esta secuencia se emplea planos de la banda en la cárcel simbolizando la consecuencia del poder.</p> |



Secuencia 3 (P37 – P42)



Ambienta a una sociedad dividida entre el poder establecido por personas con dinero o ejerciendo un cargo mayor a personas que quieren obtener ese poder, sin embargo, la chica que escribe los pecados capitales relacionando a los dominios, simboliza una mirada de rechazo repudiando a la sociedad de poder. Por otro lado, en esta secuencia se realiza el pre-estribillo representando el deseo de dominio.

Secuencia 4 (P43 – P47)

Refuerza la idea la ambición de poder usando planos medios a distintos personajes que buscan o rechazan el poder en el país.

Secuencia 5 (P48 – P52)

A modo de narrador, el vocalista resalta su poder contando las acciones que ha tenido a lo largo de su vida, el cual ha sido empleado para su propio beneficio. El videoclip emplea el uso de un titiritero dominando a dos personas haciendo referencia al mando de la autoridad en la

| | |
|---|--|
|      | <p>sociedad. Por otro lado, esta secuencia emplea planos largos destacando a cada miembro de la banda.</p> <p>Secuencia 6 (P53 – P55)</p> <p>En esta secuencia se usan planos cortos y largos. Los cortos usados para tomas del televisor y los largos para la banda. Estos planos hacen una comparación entre la enemistad por el poder y la armonía del grupo usando ritmos tropicales.</p> <p>Secuencia 7 (P56 – P59)</p> <p>Esta secuencia representa a la banda enfatizando la idea de poder en las fuerzas armadas empleando a un estudiante militar que muestra confusión en la sociedad.</p> <p>Secuencia 8 (P60 – P64)</p> <p>Simboliza el rechazo a los pecados capitales usando planos detalles de la chica escribiendo en el espejo. Además, destacan la corrupción en el país, por parte de la policía al recibir coimas y muestran a una</p> |
|---|--|



trabajadora del hogar que pese al empleo que ejerce exhibe su felicidad. Ambas acciones son manifestadas por planos medios.

Secuencia 9 (P65 – P67)

La Sarita empleó estos planos para representar a un rey obteniendo el beneficio de gobernar. Por otro lado, la acción de romper el espejo simboliza el repudio de las autoridades peruanas, en el que la población pide ayuda levantando las manos.

Secuencia 10 (P68 – P78)

La banda simboliza la avaricia de poder y usa la exageración de gobernar en el cielo, esto es acompañado con *zoom in* simbolizando el falso patriotismo de policías y militares.



Secuencia 11 (P79 – P95)


Esta secuencia personifica a cada miembro de la banda como si fuese un indígena, sacerdote, alférez, joven de poder y político. Al principio, muestran como son en cada plano, sin embargo, con forme va avanzando la canción cambian de personalidad a personas deshonestas acompañados de planos medios destacando los gestos de cada persona. Por otro lado, a nivel sonoro existe una expresión de nausea debido al exceso poder.

Secuencia 12 (P96 – P109)

El puente empleado en esta secuencia resalta a la presidencia como un poder supremo. Además, se observa un plano medio usando un bando naranja simbolizando el gobierno fujimorista. Con forme va avanzando la secuencia se repite la frase “tengo todo el poder, todo el poder” simbolizando al gobierno de Alberto Fujimori en el Perú.

Secuencia 13 (P110)

Esta secuencia refuerza el poder obtenido en el país usando el plano general de un concierto donde los asistentes emplean pintura en el rostro representando misterio.

| | |
|--|---|
|  | <p>Secuencia 14 (P111)</p> <p>La repetición del estribillo en esta secuencia resalta el poder que puede tener la persona. En este caso, Julio Pérez es zambullido por el público que acoge al vocalista de La Sarita como un representante de la juventud en el país.</p> |
|   | <p>Secuencia 15 (P112 – P128)</p> <p>Secuencia que resalta la frase “Que tenía poder” repitiendo planos medios y detalles de secuencias anteriores simbolizando los beneficios del poder. Finalmente, esta secuencia termina con un solo de guitarra representando la voz de aquellas personas que son tratadas de forma injusta.</p> |

4.2. Discusión de los resultados

Los resultados demuestran que el videoclip “Triciclo Perú” de Los Mojarras mayormente emplea todas las escalas, el cual sirve para presentar a “Cachuca” como protagonista, el cual simboliza a un provinciano en busca de oportunidades en las calles limeñas. Gifreu (2010), afirma que gracias a la película *Performance* se puede captar a Mick Jagger desde distintos planos, favoreciendo al cantante y a su presentación.

Los Mojarras utilizó luz natural para los exteriores y artificial para los interiores debido a la cantidad de luz para los escenarios empleados. Sin embargo, se destaca la luz natural dado que su uso es más económico y puede resaltar a los personajes de

una forma más natural. La Universidad Don Bosco (2014), resalta que la luz natural proviene de luz solar o del calor del fuego, y es más asequible.

Tanto Los Mojarras como La Sarita emplearon el montaje métrico y el montaje ideológico. Los Mojarras aplicaron el montaje métrico a través la batería para acentuar el ritmo de la canción. Jonás (2016), enuncia que el montaje métrico hace que los cortes se armonicen al ritmo de la música o de la banda sonora, como punto de énfasis musical. Por otro lado, “Triciclo Perú” utilizó el montaje ideológico para simbolizar la problemática de Lima y Perú.

Por su parte, el video musical “Más poder” de La Sarita usa principalmente los planos medios resaltando la expresión de las personas y al mismo tiempo su indumentaria, describiendo a los personajes como: alcalde, ama de casa, policía, sacerdote, la misma banda, etc. Ciriza (2011), asegura que el plano medio es ideal para captar más detalles en la zona superior del cuerpo, el cual centra al modelo y a la ropa.

En “Más poder” se aplicó luz artificial, debido a que todo el videoclip se desarrolló en ambientes interiores exigiendo este tipo de luz, el cual genera un estilo más artístico en comparación al video musical de Los Mojarras. La Universidad Don Bosco (2014), manifestó que la luz artificial es emitida por lámparas, bulbos, focos, fresnels y reflectores, el cual requiere más producción.

La Sarita emplearon el montaje métrico, el cual marcaba la guitarra eléctrica. Por otra parte, “Más poder” empleó el montaje ideológico para personificar la corrupción, a través de los pecados capitales representado por los oficios que tienen los peruanos. Eisenstein (como se citó en Jonás, 2016) manifiesta que este montaje se basa en símbolos y gestos para expresar una idea en el espectador.

Los mensajes sociales analizados en el videoclip “Triciclo Perú” de Los Mojarras y “Más poder” de La Sarita arrojaron que ambos videoclips tratan sobre problemáticas que hay en Lima y en el Perú. Los Mojarras se centran más en el provinciano y la búsqueda de oportunidades, el cual, se enfrenta a obstáculos como la corrupción. La Sarita se orienta más al abuso del poder y las consecuencias que este abuso deja. Rodríguez y Sedeño (2017), resalta que el video musical, a causa de su carácter masivo, se convierte en un potente vehículo social capaz de difundir mensajes relacionados con los problemas actuales.

Los Mojarras y La Sarita tienen el mismo propósito de informar al espectador sobre la realidad peruana. En esos años, finales de la década del 90, el gobierno y la gente de poder tenía la necesidad de tapar verdades incómodas con hechos irrelevantes

como escándalos de la farándula, *vedettes*, noticias falsas, etc. Sin embargo, ambas agrupaciones supieron llegar a la gente más joven con ambos temas, lo que ayudó a generar conciencia a las personas de este grupo. Torres (2016), menciona que los mensajes sociales toman importancia de la música desde el siglo XX logrando un cambio social dentro de la población.

Finalmente, “Triciclo Perú” y “Más poder” van dirigidos a la población peruana esperanzada por ver un país por buen camino. Esta esperanza es proyectada al joven que está en contra de lo que perjudica a la sociedad: corrupción, racismo y la discriminación que se pueden apreciar en ambos videoclips. Illescas (2016), señala que los videoclips dirigidos a los guetos o los representantes como sinónimo de autenticidad para los sectores populares tienen un mensaje nítidamente superestructural, el cual se basa en el estereotipo de una persona de la calle siendo exitosa pese a los problemas que tuvo antes de la fama como el narcotráfico y la pobreza.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- I. El tipo de edición que predomina en el videoclip “Triciclo Perú” es el montaje ideológico. Dicho montaje muestra la cultura peruana mediante el uso de símbolos que destacaba en la década de los noventa.
- II. El video musical de “Más poder” sobresale por el uso de luz artificial, el cual resalta la importancia de los oficios en el país, es decir, a mayor rango de profesión, la luz artificial será más potente.
- III. El propósito de ambos videoclips es aportar diversos mensajes sociales. Estos mensajes se centran en los problemas que pasa en el Perú a fines de los años noventa como: corrupción, pobreza, desempleo, caos. Temas que hasta el día de hoy no ha cambiado y hacen que el videoclip no pierda vigencia.
- IV. La búsqueda de un mejor futuro y la soberbia de poder son los temas principales para “Triciclo Perú” y “Más poder” respectivamente proyectados hacia a las metas de los peruanos y los problemas que se enfrentan para alcanzarlas. Ambos videos concluyen que el país sigue igual, sin ninguna mejoría, no obstante, el impulso del peruano no se detiene.

5.2. Recomendaciones

Debido a la ubicuidad en los medios digitales, los videoclips pueden ser herramientas masivas de comunicación para cumplir distintas funciones como: promocionar una canción, impulsar un artista, promover un cambio social, favorecer un medio comercial de marcas e incluso generar ingresos a un país.

Actualmente, la mayoría de los videos musicales en el Perú van dirigidos al amor, la sexualidad, el dinero y se olvida que también pueden ser agentes de cambio.

Para promover la investigación en análisis de videoclips en la región Lambayeque y en el país es importante el uso de bibliografías actualizadas. Para esta investigación se utilizaron citas de internet y libros adquiridos en otros países. La información en bibliotecas regionales fue inexistente en este tema.

Una herramienta interesante para reforzar los mensajes en los videoclips es el montaje ideológico. Agregar contenidos a la *performance* de la banda puede ayudar a generar nuevas ideas para que el espectador se sienta parte de la historia.

REFERENCIAS

- Aguaded, J., y Rodríguez, J. (2012). El método crítico-estilístico como estrategia de análisis del video musical Hello again (The Cars). *Contratexto*. Recuperado de: <http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/180>
- Aldana, C. (2011). *Detrás de una buena película hay un buen guión. Guía para escribir guiones de cine*. Ciudad de Guatemala, Guatemala: OEI.
- Alvarado, R. (2013). La música y su rol en la formación del ser humano. *Universidad de Chile*. 1-18.
- Arjona, F. (2 de agosto del 2013). Cine: plano aberrante o de inclinación holandesa. TRNGL. Recuperado de: <http://www.triangleofficial.com/13-plano-aberrante-o-de-inclinacion-holandesa/#.XRLapuhKiUk>
- Arraya, Y., Bima, M., Borda I., Cristobo, M., Oliva, L., Servent, P., y Vivas, M. (2010). *Taller 5. Lenguaje audiovisual. Anexos. Iluminación y sonido*. Córdoba, Argentina: Promedu.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales (tercera edición). Chía, Colombia: Universidad La Sabana.
- Bestard, M. (2011). *Realización audiovisual*. Barcelona, España: UOC.
- Cabeza de gato. (2016). Las 10 letras más inteligentes de Shakira. Recuperado de: <http://www.cabezadegato.com/video/las-10-letras-mas-inteligentes-de-shakira/>
- Caro, A. (2014). Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era YouTube (1981-2011). (Tesis doctoral/Universidad de Sevilla). Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/63957>

- Casado, M. (2016). Evolución de la simbología utilizada en la comunicación publicitaria del Hard Rock al Metal y su relación con el entorno social. (Tesis doctoral/Universidad de Valladolid). Recuperado de: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/16976>
- Ciriza, G. (2011). Los tipos de planos en la fotografía y su utilización. Madrid, España.: Escuela de Fotografía Medya. Recuperado de: <http://cursodefoto-madrid.com/los-tipos-de-planos-en-la-fotografia-y-su-utilizacion/>
- Colina, C. (2001). El paradigma incompleto de las mediaciones. *Investigaciones de la Comunicación*. 1, (13).
- Collazo, M. (2014). La publicidad audiovisual en la industria del disco: Una mirada al consumo simbólico del videoclip por los jóvenes puertorriqueños. (Tesis doctoral/Universidad Nacional de La Plata). Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/43218>
- Comparato, D. (2010). *De la creación al guión. Arte y técnica de escribir para cine y televisión*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Cornejo, E. (2017). Análisis del lenguaje audiovisual en el spot publicitario “Rifa” Promovido por el Movimiento de Educación Popular Integral y Promoción Social Fe y Alegría. Lima. Emitido en el año 2016. (Tesis de licenciatura/Universidad César Vallejo). Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/1897>
- Cosmópolis, K., & Falen, D. (2013). Análisis cinematográfico y temático del largometraje peruano de corte social La teta asustada dirigida por Claudia Llosa en el año 2008 (tesis de licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.
- Costales, R. (2010). Guía de colores para la conceptualización de productos audiovisuales. (Tesis de licenciatura/Universidad de Las Américas). Recuperado de: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1556>

- Crespo, J. (2011). Guía de introducción a la música para jóvenes a través del rock. (Tesis de licenciatura/Universidad de Cuenca). Recuperado de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/357>
- Crusellas, L. (6 de julio del 2017). Diferencia entre escena, plano, toma y secuencia. Zaragoza, España.: CPA Online. Recuperado de: <https://www.formacionaudiovisual.com/blog/artes-escenicas/diferencia-entre-escena-plano-toma-y-secuencia/>
- Europa FM. (2018). Los 20 mejores vídeos musicales del 2017. Barcelona, España. Recuperado de: http://www.europafm.com/programas/we-sound-radio/noticias/musica/mejores-videos-musicales-2017_201712185a37e5400cf207cb8b933abc.html
- Expok. (22 de enero del 2014). 7 canciones con mensaje ambiental o social. México. Recuperado de: <https://www.expoknews.com/7-canciones-con-mensaje-ambiental-o-social/>
- Galaxiaup. (2014). Hugo Arévalo y su legado en la historia del Videoclip chileno. Chile. Recuperado de: <http://galaxiaup.com/hugo-arevalo-y-su-legado-en-la-historia-del-videoclip-chileno/>
- García, M. (2016). El color como recurso expresivo: Análisis de las series de televisión Mad Men y Breaking Bad. (Tesis doctoral/Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/38067/>
- Gazzo, W. (2012). La eterna discusión de saber cuál fue el primer videoclip de la historia. Mendoza, Argentina.: Diario de Mendoza. Recuperado de: <https://www.mdzol.com/nota/412502-la-eterna-discusion-de-saber-cual-fue-el-primer-videoclip-de-la-historia/>
- Gifreu, A. (2010). *Seminario historia del videoclip*. Barcelona, España: La Casa del Cine.

- Gómez, M. (2013). Ocho videos musicales con un mensaje social. México: La Coctelera. Recuperado de: <http://lacoctelera.mx/2013/09/ocho-videos-musicales-con-un-mensaje-social/>
- González, R. (14 de octubre del 2014). Clasificación del montaje (IV): Eisenstein. Zaragoza, España.: CPA Online. Recuperado de: <https://www.formacionaudiovisual.com/blog/destacado-de-audiovisuales/clasificacion-del-montaje-iv-eisenstein/>
- Greene, S. (2017). *7 interpretaciones de la realidad subterránea*. Lima, Perú: Pesopluma.
- Henasul. [henasul]. (2016, Noviembre 9). El averno - la película. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=T62xvOP1PEA>
- Herrera, I. (2015). Análisis semiológico en la película “La vida es bella”. (Tesis de grado/Universidad Católica Andrés Bello). Recuperado de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/biblioteca/marc/php/buscar.php?base=marc&cipar=marc.par&epilogo=&Formato=w&Opcion=detalle&Expresion=N:104505>
- Herrera, S. (2011). El videoclip retoma las artes plásticas. *Creación y producción en diseño y comunicación. 42 ensayos sobre la imagen*, (42), 57-59.
- Holshevnikof, B. (2016). *Manual de iluminación ARRI*. Múnich, Alemania: ARRI.
- Illescas, J. (2014). Industrias culturales y juventud en el sistema-mundo. El videoclip *mainstream* como mercancía y como reproductor de ideología. (Tesis doctoral/Universidad de Alicante). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10045/52452>
- Illescas, J. (2016). *La dictadura del videoclip* (segunda edición). Barcelona, España: Intervención cultural editorial.

- Infoactivismo. (12 de abril del 2016). RockActivismo: Música para causas sociales. México. Recuperado de: <https://infoactivismo.org/rockactivismo-musica-para-causas-sociales/>
- Jenkins, H. (1992) *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. New York, United States: Routledge.
- Jonás, A. (2 de diciembre del 2016). Glosario fílmico: términos y tipos de montaje cinematográfico. Film fellas club. Recuperado de: <https://filmfellasclub.wordpress.com/2016/12/02/glosario-filmico-terminos-y-tipos-de-montaje-cinematografico/>
- Kniffki, J., y Reutlinger, C. (2016). El trabajo social desde miradas transnacionales – Experiencias empíricas y conceptuales. Berlín, Alemania: Frank & Timme.
- Llanos, H. (10 de abril del 2018). La música K-Pop, el símbolo de la expansión cultural surcoreana. España.: El País. Recuperado de: https://verne.elpais.com/verne/2018/04/09/articulo/1523258847_110221.html
- López-Ruiz, J. (2017). *El videoclip como herramienta de comunicación comercial en el siglo XXI. Reconfiguración y nuevas tendencias*. Palermo, Argentina: Universidad de Palermo.
- Los Andes. (10 de enero del 2014). Productor Percy Céspedes: “Perú es potencia en producción de videoclips”. Perú.: Diario Los Andes. Recuperado de: <http://www.losandes.com.pe/Nacional/20140110/77706.html>
- Luna, L. (12 de noviembre del 2010). Ángulos en fotografía. Hipertextual. Recuperado de: <https://hipertextual.com/archivo/2010/11/angulos-fotografia/>
- Lynskey, D. (2016). *33 revoluciones por minuto. Historia de la canción protesta* (segunda edición). Barcelona, España: Malpaso.

- Martínez, J. (2011). Métodos de investigación cualitativa. Silogismo. (8), p.12.
- Monner, H., Inés, A., y Amalia, M. (2012). El lenguaje audiovisual en la investigación social y la comunicación pública del conocimiento. *Ciencia, Público y Sociedad*, 1(1), 18-40.
- Navas, Á. (22 de noviembre del 2017). La música latina explota en YouTube y 6 de los 10 vídeos más vistos en 2017 son latinos. España.: Industria musical. Recuperado de: <https://industriamusical.es/la-musica-latina-explota-en-youtube-y-6-de-los-10-videos-mas-vistos-en-2017-son-latinos/>
- Orozco, C. [carlosorozco]. (2017, Diciembre 4). Rock del pueblo para el pueblo: Los Mojarras. Recuperado de: <https://www.facebook.com/soycarlosorozco/videos/1740395422702260/>
- Owens, J. (2010). *Producción de reportajes deportivos en Tv* (cuarta edición). Barcelona, España: Omega.
- Parés, M. (1992). Introducción a la Comunicación Social. Barcelona, España: ESRP-PPU.
- Pedrosa, C. (2015). La estética y narrativa del vídeo musical como representante del discurso audiovisual hipermoderno. (Tesis doctoral/Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/38085/>
- Peña, D. (2016). *Diseño de guiones para audiovisual: ficción y documental*. Ciudad de México, México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Perona, A. (2010). *El aprendizaje del guión audiovisual. Fundamentos, metodología y técnicas*. Córdoba, Argentina: Brujas.
- Perona, A. (2010). *Ensayos sobre video, documental y cine*. Córdoba, Argentina: Brujas.

- PeruRock. [perurock]. (2014, Octubre 29). Historia del Rock Peruano sus inicios, Rock Peruano de los 60s, 70s, 80s Movida subte. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=md3v6Y9wemc>
- Pesantes, P. (2014). Videoclip e industrias culturales: Una mirada a las apropiaciones de contenidos en la cultura *mainstream* en el siglo XXI. (Tesis de maestría/Universidad Andina Simón Bolívar). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10644/3789>
- Renés, P., Sedeño, A., y Berlanga, I (2016). El formato audiovisual. *Unidades didácticas audiovisuales. Guía didáctica*, (1), 100-102.
- Reyna, R. (2018). Jorge 'El carreta' Pérez, pionero del videoclip peruano sin quererlo. Perú: RPP. Recuperado de: <http://rpp.pe/musica/nacional/jorge-el-carreta-perez-pionero-del-videoclip-peruano-sin-quererlo-noticia-1110717>
- Reynolds, S. (2015). *Después del rock. Psicodelia, postpunk, electrónica y otras revoluciones inconclusas*. Buenos Aires, Argentina: Caja negra.
- Riveros, K. (2014). Historias del rock en el Perú. *Descabellado*. (1), p.35.
- Rock n vox. (13 de marzo del 2018). A PERFECT CIRCLE - “Disillusioned” último video musical. Recuperado de: <http://rocknvox.com/metal/noticias/a-perfect-circle-disillusioned-ultimo-video-musical/>
- Rodríguez, J., y Sedeño, A. (2017). El videoclip y la comunicación socio-política: el mensaje reivindicativo en el vídeo musical. *Vivat Academia*. (138), 01-15.
- Salces, B. (2014). *Sexismo en los videoclips: Análisis de vídeos musicales en los 40 Principales*. Valladolid, España: Universidad de Valladolid.
- Sangro, P. (2011). *La práctica del visionado cinematográfico*. Madrid, España: Síntesis.

- Sedeño, A. (2012). Producción social de videoclips: Fenómeno fandom y vídeo musical en crisis. *Comunicación*, (10), 1224-1235.
- Seger, L. (2016). *Cómo convertir un buen guion en un guion excelente* (décima primera edición). Madrid, España: Rialp.
- Selva, D. (2012). Nuevos fenómenos en el entorno online. La difusión del videoclip a través de Internet. *Revista TELOS. Fundación Telefónica* (1), 1-11.
- Sierra, J. (2016). Historia del rock. La música que cambió el mundo. Madrid, España: Siruela.
- Tinto, J. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen. *Provincia*, (29), 135-173.
- Tomillo, J. (2014). Realización de un storyboard. El bate de Donny Donowitz, escena eliminada del film *Malditos Bastardos* (Quentin Tarantino, 2009). Gandia, España. Universidad Politécnica de Valencia.
- Torres, J. (2012). *Evolución del discurso audiovisual musical. El videoclip*. Palermo, Argentina: Universidad de Palermo.
- Torres, L. (2016). La música como un medio alternativo de comunicación ligado a la revolución y la reconfiguración social. (Tesis de licenciatura/Universidad Autónoma del Estado de México). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11799/49199>
- Uceda, E. [estephanyuceda]. (2015, Julio 20). Documental Rock en el Perú. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=-mWVXtZLa60>

Universidad Continental. [universidadcontinental]. (2013, Noviembre 25). [Conferencia] Percy Céspedes - Producción audiovisual en Perú (resumen). Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=wCY_VkMn934

Universidad Don Bosco (2014). Guía 3: Iluminación para video. Soyapango, El Salvador. Recuperado en: <http://www.udb.edu.sv/udb/archivo/guia/comunicaciones/produccion-de-video-i/2014/i/guia-3.pdf>

Viñuela, E. (2013). El videoclip del siglo XXI: el consumo musical de la televisión a internet. *Universidad de Oviedo*. 167-185.

Woodside, J. (22 de octubre del 2014). El videoclip en México (un breve bosquejo). México.: Julián Woodside. Recuperado de: <http://julianwoodside.com/2014/10/el-videoclip-en-mexico-un-breve-bosquejo/>